

CONSUMIDOR COM PODER DE ESCOLHA



**PROGRAMA DE EDUCAÇÃO DA CNSEG VISA AMPLIAR E FACILITAR
O ACESSO À INFORMAÇÃO, ESCLARECENDO A FUNÇÃO DO SEGURO
DE APOIAR TÓDAS AS CAMADAS DA SOCIÉDADE**

Hora de investir na promoção da cultura do seguro, afirma o presidente da Fundación Mapfre, Wilson Toneto, em entrevista exclusiva sobre o estudo “O seguro na sociedade e na economia do Brasil”



ENTREVISTA

Wilson Toneto, presidente da Fundação Mapfre, explica estudo sobre ações do mercado para moldar a sociedade do bem-estar no País.

05



EDUCAÇÃO EM SEGUROS

CNseg lançará programa que pretende ampliar o conhecimento sobre a importância dos seguros para proteger bens, vidas, famílias e patrimônios.

08

SAÚDE SUPLEMENTAR

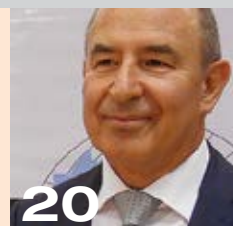
Estudo da FenaSaúde mostra alto grau de satisfação dos beneficiários com serviços prestados pelas empresas e queda no número de reclamações.



16

CÓDIGO CIVIL

Novo CPC imprimiu alterações no sistema jurídico do País, que envolvem 100 milhões de processos em tramitação, inclusive contenciosos do mercado.



20



CAPITALIZAÇÃO

Levantamento constata que a busca da disciplina financeira é o aspecto que mais leva à aquisição de títulos do segmento.

24



PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR

Mudanças nas regras de entidades fechadas, incluindo os fundos de pensão das estatais, permitirão contratar novos seguros para reduzir riscos atuariais.

26

SUSTENTABILIDADE

CNseg adota modelo GRI para seu Relatório de Sustentabilidade, considerado o mais adequado à divulgação das práticas das empresas às partes interessadas.



30

UBER PARA CAMINHÕES

Aplicativos conectam motoristas autônomos aos transportadores de cargas e trazem incertezas em relação ao gerenciamento de riscos e seguros.



32

EXPEDIENTE



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

PRESIDENTE

Marcio Serôa de Araujo Coriolano

1º VICE-PRESIDENTE

Jayme Brasil Garfinkel

VICE-PRESIDENTES NATOS

Edson Luis Franco, João Francisco Silveira Borges da Costa, Marco Antonio da Silva Barros e Solange Beatriz Palheiro Mendes.

VICE-PRESIDENTES

Mario José Gonzaga Petrelli, Osvaldo do Nascimento e Patrick Antonio Claude de Larragoiti Lucas.

DIRETOR NATO

Luiz Tavares Pereira Filho

DIRETORES

Acacio Rosa de Queiroz Filho, Alexandre Malucelli, Antonio Eduardo Marquez de Figueiredo Trindade, Fabio Lins de Castro, Francisco Alves de Souza, Irlau Machado Filho, Jorge Hilário Gouvêa Vieira, Luiz Eduardo Loureiro Veloso, Marcelo Augusto Dutra Labuto, Nilton Molina, Paulo Miguel Marracini, Pedro

Cláudio de Medeiros Bocayuva Bulcão, Pedro Pereira de Freitas, Randal Luiz Zanetti e Wilson Toneto.

DIRETOR GERAL EXECUTIVO

Marco Antonio da Silva Barros

REVISTA DE SEGUROS

Órgão de divulgação do mercado segurador

CONSELHO EDITORIAL

Ângela Cunha, Luiz Peregrino Fernandes Vieira da Cunha, José Cechin, José Ismar Alves Tôres, Neival Rodrigues Freitas, Marco Antonio da Silva Barros.

Editora-chefe

Ângela Cunha (MTb/RJ12.555)

Coordenação Editorial

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

Jornalista Responsável

Vania Mezzonato – MTb 14.850

Revisão

Claudia Mara Alcon dos Santos e Vagner Ricardo.

Colaboradores

Bianca Rocha, Cecília Barroso, Cristiane Collich Sampaio, Denise Bueno, Fernanda Thurler, Francisco Luiz Noel,

Gabriel Oliven, João Maurício Carneiro, Jorge Clapp, Larissa Moraes e Márcia Alves.

Fotografia

Arquivo CNseg, banco de imagens Google, divulgação de empresas e Mauro Pimentel.

Projeto Gráfico

Tapioca Comunicação

Redação e Correspondência

Superintendência de Comunicação – CNseg
Adriana Beltrão, Claudia Mara, Rodolfo Campos e Vagner Ricardo.

Rua Senador Dantas, 74/12º andar, Centro - Rio de Janeiro/RJ - CEP. 20031-201

Tel. (21) 2510.7777

www.cnseg.org.br

E-mail: cnseg@cnseg.org.br

Escritório CNseg/Brasília
SCN/Quadra 1/Bloco C
Ed. Brasília Trade Center – sala 1607

Gráfica: Walprint

Distribuição: Serviços Gerais/CNseg

Periodicidade: Trimestral

Circulação: 5 mil exemplares

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

EDUCAR É PRECISO

ÂNGELA CUNHA, Editora Executiva

O consumo per capita reduzido demonstra que a Educação em Seguros é bem-vinda e necessária. É fato que, apesar de ser uma ferramenta efetiva e acessível para mitigar riscos, reduzir perdas por imprevistos e preservar riquezas, o seguro ainda não está no radar de uma parcela expressiva de consumidores nem consta das recomendações da maioria dos especialistas de finanças pessoais.

Em razão dessa percepção, um grupo de matérias enumera as principais ações planejadas pela CNseg ou pares do mercado no campo da Educação em Seguros. Estas reportagens confirmam que a educação é uma ação mundial recorrente, porque em todo o mundo o seguro é pouco entendido por parcelas significativas da população.

A educação, contudo, não é um ponto isolado no plano estratégico do mercado. A curto e médio prazos, a tarefa de proteger pessoas e empresas, cuidando de sua vida, saúde, patrimônio e futuro, enfrenta alguns desafios importantes. A economia colaborativa é um bom exemplo disso, exigindo uma nova abordagem na política de subscrição de risco, à proporção que avance.

Nesse sentido, a estreia do Uber para caminhões, que conecta

motoristas e usuários, já representa um teste para as seguradoras que oferecem o seguro de transporte e, na sequência, acena com a abertura de novas plataformas em diversas áreas. É o fenômeno da disrupção batendo à porta do mercado. Qual é o formato mais adequado para segurar bens e espaços compartilhados, e como calcular o risco certo, considerando as novas variáveis?

No segmento de Previdência Privada, os executivos das empresas devem estar preparados para os produtos que mirem os riscos dos fundos de pensão. Isso porque, após a audiência pública conjunta aberta pela Susep e Previc para colher sugestões do mercado, a regulamentação sobre a transferência de riscos dos fundos para as entidades abertas deverá ser lançada em breve, abrindo novo e promissor mercado.

Na Saúde Suplementar, as pesquisas mais importantes indicam um crescente aumento da satisfação dos consumidores, além de índices superiores de resolutividade dos conflitos. Parece que as ações adotadas para melhorar a compreensão do funcionamento dos planos de saúde começam a dar respostas.

Na Capitalização, após pesquisa comprovar que a disciplina financeira é um dos aspectos que mais moti-

vam a compra de títulos, as empresas do setor já esquadrinham novos produtos para oferecer soluções inovadoras para necessidades de seus clientes.

Além de todos os segmentos do mercado conviverem, no momento, com um ambiente macroeconômico menos favorável – taxa de desemprego, renda e PIB per capita com viés negativo – nada mais assertivo e visionário que ter uma mão de obra mais bem-preparada para atuar numa conjuntura adversa. Este é um dos propósitos do exame da Certificação Profissional CNseg-CPC, considerado estratégico pelas lideranças do mercado, sobretudo por reforçar o entendimento de que, com a significativa perda de renda real da população, os bens adquiridos pelos consumidores podem ser preservados via seguros.

O advento do novo Código de Processo Civil – CPC, também implicará em ajustes do mercado segurador. Os especialistas concordam que sua aplicação, que engloba os quase 100 milhões de processos cíveis em tramitação atualmente, incluindo-se aí contenciosos do mercado, será desafiante e exigirá atenção redobrada dos advogados no monitoramento das ações.

Boa leitura e até a próxima edição!

É PRECISO INVESTIR NA PROMOÇÃO DA CULTURA DO SEGURO

POR DENISE BUENO

O dinamismo do seguro no Brasil, no contexto de uma sociedade e economia emergentes e em rápida mutação, não poderia ser compreendido sem a formidável adaptação que a indústria tem sabido realizar para satisfazer as necessidades dos agentes econômicos em termos de proteção. A afirmação é do presidente da Fundación Mapfre, Wilson Toneto, ao explicar o estudo da entidade sobre as ações do mercado que começam a moldar a sociedade do bem-estar no País.

Ele espera que os argumentos e avaliações que o documento contém contribuam tanto para um melhor conhecimento do setor quanto para o desenvolvimento de uma demanda social de seguro otimizada, que corresponde à demanda de um país do tamanho e importância do Brasil.

“O Brasil é um país de grande importância mundial para a Fundación Mapfre. Por isso, o grupo entendeu que era o momento de valorizar o seguro ante a sociedade brasileira como um provedor de certeza, algo que vale a pena lembrar nestes tempos de incerteza”, ressaltou Toneto.

Criada em 1975, a Fundación Mapfre acredita que um país só evolui com o investimento feito em educa-

“Ao longo dos anos podemos vivenciar um crescimento ascendente e sustentável do setor como um todo e com perspectivas positivas para a próxima década, apesar de todos os desafios do atual cenário econômico.”



Divulgação

ção, o principal pilar da filosofia do grupo espanhol, que se espalha por todos os países nos quais atua — o Brasil é o mais importante depois da Espanha. São milhões de euros aplicados em programas de formação especializada sobre seguros, seminários técnicos e pesquisas relacionadas ao setor e à concessão de auxílio a pesquisas e prêmios.

No último mês de junho, foi inaugurada no Brasil a Universidade Corporativa Mapfre que, além de treinar funcionários e prestadores, desenvolverá atividades de interesse geral da sociedade, como palestras sobre educação financeira que os colaboradores voluntários levarão a comunidades assistidas pela empresa. A Fundación Mapfre mantém parcerias com Detrans de vários estados, para conscientizar a sociedade sobre a necessidade de adotar padrões de comportamento mais seguros e responsáveis no trânsito.

Veja a seguir os principais trechos da entrevista que Wilson Toneto concedeu à Revista de Seguros.

Quais as principais revelações contidas neste estudo?

O dinamismo do seguro no Brasil, no contexto de uma sociedade e economia emergentes e em rápida mutação, não poderia ser compreendido sem a formidável adaptação que a indústria tem sabido realizar para satisfazer as necessidades dos agentes econômicos em termos de asseguramento. No entanto, os detalhes desta adaptação mostram claramente que muitos

destes produtos estão moldando a “sociedade do bem-estar” brasileira mais rápido do que a atuação das instituições responsáveis pela promoção da proteção social.

Quais as áreas que foram foco do estudo?

Dentro do mercado segurador brasileiro, selecionamos três áreas, muito heterogêneas, mas que, por

“A crise não interfere na preocupação da sociedade de manter acesso à saúde privada, a planos de previdência e a títulos de capitalização, nem na disposição de comprar ou renovar as coberturas de danos para bens conquistados com muito suor.”

suas características e comportamento, exigem menção especial e são objeto de uma análise mais detalhada: seguro de saúde, microsseguro e resseguro. É preciso desenvolver ao máximo as bases técnicas destes seguros e sua extensão em toda a região para

estabelecer a liderança da indústria brasileira do seguro.

O que o senhor destacaria em saúde?

Em relação ao seguro de saúde, observa-se que aproximadamente um em cada quatro brasileiros tem uma cobertura privada e que 64% dos contratos de seguro privado de saúde são coletivos. Além disso, aumentaram os benefícios para cada beneficiário (até R\$ 1.483 ou cerca de US\$ 63 em 2014). Nesta linha, a captação do mundo empresarial é uma clara via de expansão para as companhias. Os departamentos Técnicos e de Marketing devem demonstrar sua força mediante conferências anuais e publicações regulares que a divulguem. A comunicação com as famílias nesta área é determinante para que os indivíduos vejam a necessidade deste tipo de proteção e para que os trabalhadores exijam de suas empresas nos acordos de negociação coletiva e relações industriais.

E quanto ao microsseguro, que ainda não avançou como previsto?

O microsseguro, um produto concebido para proporcionar cobertura às pessoas de baixa renda, que poderia ser utilizado por 100 milhões de brasileiros — ou 50% da população, ainda se encontra numa fase incipiente de desenvolvimento. Suas bases técnicas e as peculiaridades da sua comercialização, devidamente aprofundadas, dariam às companhias

brasileiras uma liderança global neste produto. O volume total de prêmios de microsseguros atingiu R\$ 82,786 milhões (US\$ 34,9 milhões) em 2014, com 24 companhias operando neste ramo no Brasil. Estes números refletem os esforços indicados anteriormente e, em especial, a criação de plataformas pré-competitivas das quais os diferentes agentes da indústria participam.

E, por fim, quais os destaques do estudo sobre o resseguro?

Desde 2007, o número de operadoras aumentou, e atualmente estão presentes no país 36 dos 40 maiores grupos resseguradores mundiais, 25 corretoras de resseguros e mais de uma centena de resseguradoras locais, admitidas e eventuais. A diversidade de agentes neste segmento contribui para a eficiência dos produtos oferecidos aos indivíduos e empresas e melhora o bem-estar social. O potencial de penetração do resseguro é alto, e há uma ampla margem para seu desenvolvimento em áreas como Saúde Suplementar e agrícola e nas coberturas contra desastres naturais. O resseguro não pode deixar de acompanhar o formidável desenvolvimento que os seguros destes ramos têm tido no País.

E quais as principais conclusões do estudo?

É importante ressaltar que, se não houvesse seguro, a poupança de uma sociedade para resistir ao risco deveria chegar a várias vezes o volume do PIB. Da mesma forma, a

atividade empresarial não poderia funcionar se não houvesse o seguro, que transforma os custos imprevisíveis e as variáveis derivadas dos riscos em custos fixos assumíveis, permitindo planejamento financeiro e estratégico desses agentes. O setor também é muito importante para o bom funcionamento da economia nacional, com a geração de empregos e renda.

Que ações mais relevantes o senhor destacaria já adotadas pelo mercado brasileiro de seguros para se aproximar do segurado?

A comercialização de seguros de forma cada vez mais personalizada tem sido a estratégia de muitos players do setor. Pesquisas apontam que 75% das pessoas não têm nenhum tipo de seguro. É preciso utilizar diversos meios para alcançar esse cliente e oferecer produtos que se encaixem ao seu padrão financeiro e de necessidades. Considerando o tamanho continental do Brasil e as fortes características de cada região, essa tarefa é um grande desafio. Por isso, hoje já podemos encontrar formas cada vez mais inovadoras e fáceis de comprar o seguro.

A educação financeira foi levada em conta no estudo?

Sim! A educação financeira em seguros vem se desenvolvendo por todo o mercado. Acreditamos que tão importante quanto oferecer produtos e serviços é investir na promoção da cultura de proteção,

disseminando informações para que as pessoas entendam a importância do seguro para reduzir o risco de vulnerabilidade, principalmente entre as camadas mais afetadas e suscetíveis a esse tipo de risco.

E o que o estudo diz sobre a sustentabilidade do setor?

Ao fortalecer a cultura de proteção e do planejamento familiar, estamos colocando a sustentabilidade em prática, ampliando o diálogo com a sociedade. Este é mais um exemplo de como a integração dos aspectos socioeconômicos, ambientais e de governança está mudando os modelos de negócios, trazendo um novo olhar e fortalecendo uma visão de longo prazo. Temos um importante trabalho a conduzir, para que cada vez mais pessoas tenham condições de planejar suas vidas e de suas famílias.

E quais são as mais urgentes para consolidar o setor como um segmento responsável por prover proteção e garantir o bem-estar da sociedade?

O mercado segurador está no caminho certo, por meio dos investimentos em tecnologia, parceria com empresas do mercado de economia colaborativa, novos canais de venda e de produtos modulares. Ao longo dos anos, podemos vivenciar um crescimento ascendente e sustentável do setor como um todo e com perspectivas positivas para a próxima década, apesar de todos os desafios do atual cenário econômico.

A PROTEÇÃO DO SEGURO AO ALCANCE DOS BRASILEIROS

POR FERNANDA THURLER

Educação em seguros terá papel essencial na garantia dos direitos dos consumidores e na construção de um mercado sustentável.

Arquivo CNseg



“Os fundamentos da proteção ao risco são muito importantes, especialmente em momentos conjunturais adversos da economia.”

Marcio Coriolano

Muito tem se falado sobre a necessidade de aprimorar os conhecimentos sobre finanças dos brasileiros por meio da educação financeira. Com o agravamento da crise econômica e o consequente empobrecimento das famílias brasileiras, a consolidação de um processo que possa aprimorar o entendimento sobre produtos e conceitos financeiros, melhorar o bem-estar econômico e proteger o patrimônio se faz ainda mais necessária. A CNseg está fazendo sua parte e lançará em breve o Programa

Educação em Seguros, em sintonia com o programa de Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF.

São conceitos e fundamentos muito antigos do setor, como proteção e prevenção contra riscos, que, infelizmente, não são de amplo domínio da população brasileira. Segundo Marcio Coriolano, presidente da CNseg, o Programa de Educação em Seguros tem o objetivo de ampliar o conhecimento e a percepção sobre seguros e sua importância na vida pessoal, familiar e na sociedade. “Os fundamentos da proteção ao risco são muito importantes, especialmente em momentos conjunturais adversos da economia, com perda de renda e emprego, o que exige decisões rápidas sobre como proteger o patrimônio”, afirma.

Os objetivos específicos do Programa de Educação em Seguros são: influenciar no conhecimento e no comportamento dos consumidores; facilitar o acesso às informações; esclarecer o cidadão sobre a importância do seguro como apoio a todas



Divulgação

“A proteção contra os mais variados riscos, como perda de bens e da renda individual ou familiar, está nos produtos do mercado de seguros.”

Gustavo Kloh

as camadas da sociedade; e esclarecer que o seguro é capaz de assegurar a manutenção da riqueza. Mas a principal ambição do setor é tornar o produto seguro uma ferramenta financeira de apoio acessível à sociedade, capaz de reduzir perdas causadas por imprevistos e de preservar riquezas.

PAPEL ESSENCIAL

O professor de Direito do Consumidor da Fundação Getúlio Vargas - FGV, Gustavo Kloh, avalia como positiva a iniciativa do setor. Para ele, a educação em seguros do consumidor

tem um papel essencial na garantia dos direitos e também na construção de um mercado sustentável, porque o cidadão informado e consciente também se tornará um defensor de seus próprios direitos como consumidor. A constituição de um patrimônio ou a garantia de uma renda familiar confortável em geral exige anos de trabalho e, no entanto, podem ser perdidos a qualquer momento — como na crise econômica atual, na qual grande parte dos brasileiros saiu da condição de consumidor com crédito abundante para a de devedor inadimplente.

“A proteção contra os mais variados riscos, como perda de bens e da renda individual ou familiar, está nos produtos do mercado de seguros”, diz o professor. O problema, ressalta, é a falta de informação sobre a grande diversidade de produtos e coberturas ofertadas por essa indústria. “O que demonstra e comprova a importância e a necessidade da implementação de ações específicas e continuadas de educação financeira por meio de programas como o de educação em seguros”, afirma.

Gustavo Kloh destaca ainda o que considera outro importante diferencial do programa de educação em seguros: o fato de disponibilizar conhecimento e informações não somente quanto aos produtos, mas também em relação aos direitos e às obrigações dos segurados.

CONSUMIDOR INFORMADO

O superintendente da Susep, Roberto Westenberg, também ressalta que um dos objetivos do programa é proporcionar mais autonomia e inde-



Divulgação

“Do ponto de vista do regulador é muito bom que o consumidor esteja bem informado e saiba escolher o produto que deseja consumir.”

Roberto Westenberg

pendência ao consumidor na escolha do produto que melhor se adequa às suas necessidades. “O produto seguro tem especificidades de difícil compreensão para um público leigo, o que torna a venda do seguro quase uma arte. Por isso, demanda a intermediação de profissional específico que é o corretor de seguros”, ressalta.

Para Westenberg, se o mercado investir na educação em seguros da população, será mais fácil para todos seus players. “Do ponto de vista do regulador é muito bom que o consumidor esteja bem informado e saiba escolher



Divulgação

“Os corretores terão a missão de preparar e educar as pessoas para que estejam mais prevenidas e protegidas e possam planejar melhor seu futuro.”

Armando Vergílio

o produto que deseja consumir.”

Armando Vergílio, presidente da Fenacor, afirma que os corretores de seguros são de vital importância para o sucesso do projeto, pois são responsáveis por propagar o conhecimento em seguro na ponta do processo. “Os corretores terão a missão de preparar e educar as pessoas para que estejam mais prevenidas e protegidas e possam planejar melhor seu futuro”, avalia.

No País dos altos índices de inflação, taxas de juros elevadas, endivi-

damento e inadimplência, a figura do educador financeiro vem ganhando cada vez mais destaque no cotidiano do brasileiro comum. “O projeto de educação em seguro deve alcançar do aluno do 2º grau ao universitário, da criança ao idoso, sempre utilizando a linguagem que melhor se comunique com cada um desses públicos”, opina o presidente da Escola Nacional de Seguros, Robert Bittar.

Para a superintendente da Associação de Educação Financeira do Brasil - AEF-Brasil, Claudia Forte, o maior desafio na promoção da educação financeira será atingir o contingente de jovens matriculados nas 160 mil escolas no País, entre unidades estaduais e municipais. “A educação não é apenas um desejo ideológico, mas uma necessidade que precisa ser encarada em todos os âmbitos: escola, universidade, cientistas e pesquisadores”, analisa.

AÇÕES EDUCATIVAS

A executiva pondera que o Brasil é um dos poucos países do mundo que conta com uma mobilização multissetorial em torno da promoção de ações de educação financeira, mais do que necessária atualmente. “Grande parte da população brasileira não sabe sequer reconhecer a chegada da crise. Não sabe o que fazer quando está nela, muito menos como encontrar caminhos para minimizar os efeitos da crise econômica”.

Em recente palestra realizada no Brasil, a analista política da Rede Internacional de Educação Financeira - INFE, vinculada à Organi-



Divulgação

“O projeto deve alcançar do aluno do 2º grau ao universitário, da criança ao idoso, sempre utilizando a linguagem adequada a esses públicos.”

Robert Bittar

zação para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE, Adele Atkinson, afirmou que o Brasil se encontra em uma posição bastante avançada em relação às estratégias de educação financeira. Ela apresentou um panorama da educação financeira no mundo, mas fez questão de ressaltar que, por mais relevante que seja conhecer outras estratégias, cada país precisa desenvolver as suas próprias ou adaptá-las às realidades onde serão aplicadas.

Alguns pontos, porém, são de observação obrigatória, como a definição do escopo do programa, em nível nacional, de modo a identificar as necessidades e lacunas a respeito do tema. Adele destacou ainda três características que formam a “espinha dorsal” de cada programa: objetividade, com foco nas reais necessidades dos consumidores; qualidade, conteúdo atualizado e acessível; e monitoramento e avaliação, possibilidade de aprendizado com os erros e acertos.

No que se refere especificamente ao mercado de seguros, a executiva apontou ainda outro desafio a ser vencido pela educação securitária: a motivação. Muitas vezes, as pessoas sabem que precisam de seguro, mas não estão suficientemente motivadas para contratar um, que é, em princípio, uma coisa chata”, lembrou.

O Programa de Educação em Seguros foi anunciado na abertura do I Seminário Susep de Educação Financeira, realizado em maio, no Rio de Janeiro, quando CNseg, Fenacor e Escola Nacional de Seguros assinaram um protocolo de intenções para a execução conjunta de programas relacionados à Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF. Entre as ações previstas do Protocolo, está a realização de eventos gratuitos que contribuam para a promoção de conhecimento, informação e orientação que fomentem o hábito de poupar e trabalhar em prol da Educação Financeira.



Qual a importância de proteger a vida de uma pessoa ou de uma família com alguma modalidade de seguro? Quem contar a melhor história, verdadeira ou de ficção, por meio de vídeos de até dois minutos de duração, post em forma de texto, fotografia ou ilustração poderá ser o vencedor do 1º Concurso Cultural Minha Vida Mais Segura (#minhavidamaissegura), lançado pela CNseg, com apoio da Susep. Os primeiros lugares nas categorias vídeo e post ganharão iPad, Go Pro e notebook.

A iniciativa faz parte do plano de ações da Confederação alinhadas à ENEF, desenvolvidas no âmbito do Programa de

Educação em Seguros. O diretor geral executivo da CNseg, Marco Barros, destaca que a educação em seguros é tão importante que está entre as prioridades estabelecidas pelo Conselho Diretor da CNseg para o triênio iniciado este ano.

O tema do concurso visa estimular a reflexão, a pesquisa, o debate, a criatividade e o compartilhamento de experiências e informações sobre a cultura da prevenção e da segurança financeira, com o objetivo de conscientizar a população sobre a importância da proteção da vida, da família e do patrimônio.

ANALFABETISMO FINANCEIRO É UM PROBLEMA MUNDIAL

POR FERNANDA THURLER

Estudo revela que existe no mundo uma crescente queda de confiança nas instituições financeiras, agravada ainda pela crise econômica de 2008.

Quando o assunto é educação financeira, o desempenho do Brasil não chega a ser tão desalentador: 35% dos brasileiros são considerados financeiramente alfabetizados, e o País ocupa a 67ª posição numa lista de 143 países. Entre os Brics, o Brasil vem se equilibrando entre seus pares: Índia, com 24%; China, 28%; Rússia, 38%; e África do Sul, 42%. A informação consta de pesquisa exclusiva sobre a situação da Educação Financeira no Brasil, realizada para a Susep pela mestrande Amanda Vargas, do Instituto Coppead de Administração (Coppead-UFRJ).

Com o título “Educação financeira sob a ótica do supervisor e do regulador”, a pesquisa teve parte de seu conteúdo apresentado durante o I Seminário Susep de Educação Financeira, realizado no dia 19 de maio, no Centro do Rio de Janeiro. Entre os destaques, o fato de que o analfabetismo financeiro é generalizado, não sendo específico de um país ou relacionado a um determinado estágio de

desenvolvimento econômico, informa a chefe da Secretaria Geral da Susep, Natalie Hurtado. Ainda de acordo com a pesquisa, não só no Brasil, mas também em diversos países no mundo, existe uma crescente queda de confiança nas instituições financeiras.

“A crise econômica e financeira de 2008 agravou ainda mais a questão da confiança. Mas não foi só isso. Percebeu-se que a educação financeira é realmente um problema de todos”, diz ela. Só para se ter uma ideia, em 2011 apenas 26 países vinham desenvolvendo ações dentro do programa mundial de Estratégias Nacionais de Educação Financeira. Três anos depois, 59 países de diferentes estágios de desenvolvimento já atuavam dentro do programa.

PERENIDADE

Quanto à regulação e à supervisão no processo de educação financeira, Natalie Hurtado argumenta: “Quando a atividade de supervisão faz parte de uma estratégia nacional implementa-

da junto com o mercado, é possível garantir a perenidade das ações, que muitas vezes a indústria já vem realizando há tempos, mas que, pela impossibilidade de dar continuidade, acabam tendo pouco efeito.”

Mas quando o supervisor participa, acrescenta, há garantia de que as ações irão se perpetuar, além de aumentar o nível de confiança na sociedade, especialmente no que diz respeito à melhoria do bem-estar financeiro das pessoas. Segundo ela, no âmbito da educação financeira, a Susep pretende adotar uma postura menos punitiva e mais desenvolvimentista na supervisão e na regulação do mercado, premiando as ações positivas.

“A educação financeira é importante para o regulador não só do ponto de vista do consumidor, mas também da sua relação com o mercado e de como as estratégias nacionais podem propiciar o estabelecimento de um novo tipo de conduta ou uma melhoria de conduta entre mercado e sociedade, mercado e consumidor. Esse é um dos aspectos que eu considero relevantes para a Susep dentro do tema.”

Assim como na relação empresa e órgão regulador, a pesquisa realizada a pedido da Susep sinaliza o estabelecimento de uma nova proposta no relacionamento entre empresa e consumidor. Ações lideradas por organismos de governo buscam agir no interesse do consumidor e não mais apenas protegê-lo por meio da interface com as empresas.

CONDUTOR

Com o objetivo de dar poder ao consumidor, as iniciativas governamentais para o desenvolvimento

da Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF, partem da premissa de que o uso de serviços e produtos financeiros é um condutor para o crescimento econômico, pois auxilia na redução da pobreza, no progresso social e no desenvolvimento sustentável.

Nos países latino-americanos, o setor público é o principal responsável pelo fomento da educação financeira. E de todos os setores da esfera pública, a figura do Banco Central aparece como principal agente nessa temática, com 94% de participação entre os países pesquisados. Esse movimento pode ser explicado por conceitos econômicos como o de que um aumento de 10% no acesso a produtos e serviços financeiros resulta em uma redução de 0,6 ponto no coeficiente de desigualdade de Gini (índice que mede a desigualdade de distribuição de renda), e de que a expansão de 10% no crédito privado reduz a pobreza em aproximadamente 3%.

Já no que diz respeito à ação das empresas, a pesquisa indica uma mudança de postura na abordagem de venda, com a maior parte das organizações abandonando a visão hoje classificada como “miope” de vender um produto e não uma solução para a necessidade do cliente, dentro de uma política comercial orientada exclusivamente para o produto. Em consonância com as propostas da ENEF, a nova política de vendas mantém o foco no consumidor, passando a desenvolver para ele soluções customizadas.

Divulgação



“Quando a atividade de supervisão faz parte de uma estratégia nacional implementada junto com o mercado, é possível garantir a perenidade das ações.”

Natalie Hurtado

A CONJUNTURA DO PAÍS AUMENTA A NECESSIDADE DE QUALIFICAÇÃO

POR BIANCA ROCHA

CNseg estuda viabilidade de realizar o exame de certificação duas vezes por ano **para acelerar a capacitação dos profissionais.**

Considerado estratégico pelas lideranças do mercado segurador, o exame da Certificação Profissional CNseg – CPC, poderá ser realizado duas vezes por ano, se houver a percepção de que essa periodicidade é necessária e contribuirá para acelerar a qualificação dos profissionais que atuam na área de seguros. Quem informa é o presidente da Confederação, Marcio Coriolano, que defende a ampliação do número de pessoas certificadas no mercado e a sensibilização das empresas do setor quanto à importância desta prova.

“As edições do exame terão continuidade pelos próximos anos, porque este é um caminho sem volta. A prova anual já está confirmada, permitindo que o profissional escolha o melhor momento para se submeter ao teste, tendo em vista a periodicidade conhecida”, ressalta.

Nesta segunda edição, o exame da CPC foi realizado no dia 22 de junho. Embora o número de inscritos tenha registrado queda em comparação à primeira edição (1.665 inscritos contra os atuais 719), devido à crise econômica, a expectativa de Coriolano é que a quantidade de aprovados seja proporcional-

mente maior do que a observada no ano passado, que ficou na casa dos 20%.

Na avaliação do executivo, os candidatos à prova agora tiveram mais tempo para se preparar, além de contar com um curso online específico e voltado para o exame, que incluiu vídeoaulas, tutoria virtual e exercícios simulados, oferecidos pela Escola Nacional de Seguros, a entidade responsável pela elaboração do teste de certificação promovido pela CNseg. “Foram ações importantes para ampliar a abrangência da qualificação e elevar o número de profissionais aprovados”, pontua.

PRIORIDADE

Para Marcio Coriolano, a crise deve ser um combustível para que os profissionais busquem cada vez mais a qualificação, pois em momentos de dificuldades econômicas as pessoas capacitadas e mais bem-preparadas têm condições de atuar melhor em um ambiente competitivo. Por outro lado, há um aspecto conjuntural no Brasil que potencializa essa necessidade de qualificação: com a significativa perda de renda real da população,



Arquivo CNseg

“Esse é um caminho sem volta. A prova anual já está confirmada, permitindo que o profissional escolha o melhor momento para se submeter ao teste. **”**

Marcio Coriolano

os bens adquiridos pelos consumidores ganham importância ainda maior e é natural desejar preservá-los.

Assim, as seguradoras precisam estar mais atentas às novas oportunidades e demandas dos clientes, desenvolvendo produtos flexíveis e aderentes à capacidade de aquisição destes. “É dentro desse quadro que a Certificação Profissional CNseg torna-se ainda mais relevante e necessária, pois é preciso qualificar melhor os profissionais para que dominem a legislação, a tecnologia, os produtos e os processos e alcancem esses objetivos”, observa Coriolano.

Outro fator levado em conta pelo



“Mais qualificados, os profissionais desempenham melhor suas funções e colaboram para melhorar a produtividade e a qualidade dos produtos e serviços.”

Marco Barros



presidente da CNseg é a mudança de comportamento dos consumidores, que estão cada vez mais hipossuficientes e conscientes em relação aos seus direitos, não só de escolha, mas também de acesso à Justiça. Isso torna imprescindível a preparação dos profissionais para lidar com essa nova realidade e contribuir, inclusive, para fortalecer a educação em seguros junto à sociedade.

Para o diretor geral executivo da CNseg, Marco Barros, todos ganham com a certificação, sem distinção: profissionais, empresas e principalmente os consumidores, que passam a dispor de soluções voltadas para o atendimento



“O ideal é que, no futuro, a CPC seja um diferencial para a promoção e a empregabilidade dos profissionais do mercado.”

Maria Helena Monteiro



de suas reais necessidades. “Mais qualificados, os profissionais desempenham melhor suas funções e colaboram para melhorar a produtividade e a qualidade dos produtos, dos serviços e do atendimento aos clientes”.

Na opinião da diretora de Ensino Técnico da Escola Nacional de Seguro, Maria Helena Monteiro, o mercado de seguros deve seguir o mesmo caminho do mercado financeiro, que só permite a atuação de profissionais certificados nos fundos de previdência e no planejamento financeiro. “O ideal é que, no futuro, a CPC seja um diferencial para a promoção e a empregabilidade dos profissionais do mercado.”

EXAME OCORREU EM 13 CIDADES SIMULTANEAMENTE

A prova da 2ª edição da Certificação Profissional CNseg aconteceu em 11 cidades brasileiras, além do Rio de Janeiro e de São Paulo, já contempladas desde a primeira edição: Campinas, Santos, Ribeirão Preto, Curitiba, Blumenau, Brasília, Porto Alegre, Belo Horizonte, Salvador, Recife e Goiânia.

O exame avaliou os candidatos em cinco disciplinas – Seguros Gerais, Previdência Complementar Aberta, Capitalização e Saúde Suplementar e Operações de Seguro. Foram 100 questões de múltipla escolha, distribuídas de acordo com a bibliografia constante no Conteúdo Programático, com base na legislação em vigor até 31 de março deste ano.

Os gabaritos oficiais foram divulgados em 23 de junho, dia seguinte ao exame. Na mesma data foi aberto o prazo para recursos, que se encerrou em 24 de junho. Os aprovados serão conhecidos na lista disponibilizada no site da Escola Nacional de Seguros em 9 de agosto, a partir das 18h.

PLANOS DE SAÚDE SÃO BEM AVALIADOS POR INSTITUTOS DE PESQUISAS

POR JOÃO MAURÍCIO CARNEIRO

Apenas o Idec, que tem um universo pequeno de associados, *não corresponde a esses indicadores.*

Um levantamento realizado pela FenaSaúde, com base nos resultados apresentados, em 2015, pela Agência Nacional de Saúde Suplementar – ANS, e Procons de todo o país, demonstrou que os beneficiários do segmento têm alto grau de satisfação com os serviços prestados pelas empresas, além de apontar queda no número de reclamações e índices expressivos de resolutividade de conflitos.

Embora tenha aumentado o número de reclamações na ANS em 12,7%, de 2014 a 2015, passando de 90,9 mil para 102,5 mil, o acréscimo é resultado da decretação pela Agência, em setembro do ano passado, da alienação compulsória da carteira de beneficiários da operadora Unimed Paulistana, que representou parte considerável das demandas recebidas pela Agência.

O Caderno de Informação da Saúde Suplementar, publicado pela reguladora, corrobora esta afirmação, observando que os beneficiários

da operadora paulistana foram responsáveis por quase 30% do total de reclamações recebidas em 2015.

A ANS registra as queixas que recebe por meio do Disque ANS, correio eletrônico, correspondência ou de forma presencial em seus 12 núcleos de atendimento no País. Os dados são utilizados para compor o Índice Geral de Reclamações – IGR da Agência, que avalia o segmento de Saúde Suplementar e as operadoras individualmente.

A principal finalidade do IGR é funcionar como termômetro do comportamento das operadoras de saúde no atendimento aos problemas apontados pelos beneficiários. Em janeiro de 2016, o indicador atingiu 3,5 reclamações para cada grupo de 10 mil beneficiários, em média (operadoras de grande porte), 2 queixas (entre as de médio porte),

“Na Saúde Suplementar as coberturas não são universais e não seguem diretrizes de integralidade, são estabelecidas pela Lei dos Planos de Saúde (9.656/98) e regulamentações ANS.”

Solange Beatriz

Arquivo CInseg



e 2,6 para as de pequeno porte. No ano passado, foram contabilizadas 102.620 reclamações. Lidera a lista a cobertura assistencial, seguida de contratos, regulamentos, mensalidades e reajustes.

COBERTURAS OBRIGATÓRIAS

Na avaliação da presidente da FenaSaúde, Solange Beatriz Pa-lheiro Mendes, o total de registros do segmento pode ser considerado baixo se comparado ao tamanho do número de brasileiros beneficiários de planos médicos: cerca de 48 milhões. Para ela, a falta de conhecimento sobre legislação, regras contratuais e forma adequada de usar os planos de saúde gera um descontentamento desnecessário entre os beneficiários e também acarreta custos adicionais ao sistema.

“Por vezes há expectativas equivocadas que se baseiam no modelo da saúde pública. A diferença é que na Saúde Suplementar as coberturas não são universais, pois estão limitadas à lei e ao contrato e não seguem diretrizes de integralidade, pois observam o Rol de Procedimentos. Elas são estabelecidas pela Lei dos Planos de Saúde (9.656/98) e pelas regulamentações ANS, que dispõe de um conjunto de normas específicas, como o próprio Rol, que indica quais tratamentos tem cobertura obrigatória.”

O levantamento também aponta para a alta proporção de resolutividade encontrada pela ANS, por meio de seu Percentual de Finaliza-

ção Assistencial – PFA: 95,4% para operadoras médico-hospitalares de grande porte; 94,8% para as de médio porte; e 86,1 para as de pequeno porte. Os dados são de dezembro de 2015. Todas as reclamações registradas são analisadas e avaliadas por meio da Notificação de Intermediação Preliminar – NIP, mecanismo da Agência que visa resolver de forma ágil problemas relatados por beneficiários. No ano passado, o percentual de resolução a favor do beneficiário foi de 87,4%.

AVALIAÇÃO DO SINDEC

Segundo o levantamento da FenaSaúde, o ranking geral do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor – Sindec, subordinado à Secretaria Nacional do Consumidor – Senacon, revela que o segmento de planos de saúde ocupa o 18º lugar, com 27.055 atendimentos, o equivalente a 1,1% do total.

O boletim de fevereiro do Sindec demonstra que, dos sete setores constantemente monitorados pelos Procons, a Saúde Suplementar foi um dos três que tiveram variação negativa no número de atendimentos entre 2014 e 2015. Além disso, nenhuma empresa do setor apareceu na lista dos 50 fornecedores com maior demanda de reclamações.

O Sindec abrange atualmente 683 unidades espalhadas por 531 cidades, que atendem a uma média mensal de 220 mil consumidores. Para a elaboração do mais recente boletim, foram considerados os 2.648.521 de atendimentos realizados

“Os dados do Sindec demonstram que a maioria das reclamações é resolvida por notificação prévia pelo Procon. Isso significa que os problemas podem ser facilmente evitáveis pelas empresas.”

Joana Cruz

no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2015.

Vale destacar que as demandas recebidas pelos canais de reclamação têm metodologias diferentes para compilação de dados e apresentam resultados de acordo com o universo pesquisado. Os rankings divulgados pelos Procons consideram o número absoluto de reclamações. Por isso, quanto maior o setor ou empresa, maiores as chances de receber mais queixas e figurar no topo da lista.

Para a economista da FenaSaúde, Juliana Portella, responsável pelo levantamento, é importante ressaltar que a ANS é um canal exclusivo para demandas da Saúde Suplementar, por isso, o Sindec, que atende todo tipo de consumidor, recebeu o equivalente a 26,4% das reclamações da ANS.

O segmento apresentou alto índice de resolutividade, em torno de 80%, como aponta o estudo do Sindec. Dos sete principais setores monitorados, a Saúde Suplementar teve o terceiro melhor índice, atrás somente de operadoras de telecomunicações (81,7%) e bancos (80,5%).

IDEC NA CONTRAMÃO

Ainda de acordo com o levantamento da FenaSaúde, o resultado apontado por essas instituições contradiz a análise apresentada por pesquisa do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – Idec. Divulgado em março de 2016, o ranking organizado pelo Instituto relativo aos atendimentos de 2015 aponta o registro de 8.163 reclamações entre

seus associados — apenas 1.761 atendimentos são referentes às operadoras de planos de saúde.

No topo do levantamento e pelo quarto ano consecutivo estão os planos de saúde, com 32,68% dos registros; seguidos pelo setor de serviços financeiros (13,67%) e telecomunicações (13,55%). Os números e percentuais são obtidos dividindo o número total de atendimentos por cada grande tema ligado à economia.

Apesar do resultado negativo, a advogada e pesquisadora em Saúde Suplementar do Idec, Joana Cruz, considera que os dados do Sindec demonstram que a maioria das reclamações é resolvida por notificação prévia pelos Procons. “Isso significa que os problemas podem ser facilmente evitáveis pelas empresas”, constata.

A representante do Idec observa também que, em seis das dez

operadoras com maior quantidade de atendimentos, o índice de solução preliminar dos últimos três anos aumentou; em duas operadoras o índice diminuiu; e em uma o índice de 2015 foi menor que o de 2014, mas maior que o de 2013.

A presidente da FenaSaúde adverte que os resultados do Idec são conflitantes com os apurados pelos órgãos oficiais, principalmente pela disparidade de universos pesquisados. O setor de saúde suplementar atende a 48 milhões de beneficiários e realiza mais de um bilhão de procedimentos anuais, enquanto o número de associados do Idec gira em torno de 10 mil.

“É uma amostra de pessoas insatisfeitas que querem ver seus interesses defendidos e se associam ao Idec, uma entidade privada, que conta com advogados do próprio Instituto”, finaliza Solange Beatriz.

PESQUISA IBOPE E IBGE

A pesquisa do Sindec está em sintonia com os resultados encontrados pela pesquisa do Ibope de 2015, segundo estudo da FenaSaúde. Ao ouvir 1,6 mil beneficiários em oito regiões metropolitanas do País, o instituto de pesquisa constatou que 75% estavam “satisfeitos ou muito satisfeitos” com seus planos ou seguros de saúde e apenas 7% disseram se sentir “pouco ou nada satisfeitos”.

Realizada em parceria com o IBGE, a Pesquisa Nacional de Saúde – PNS, de 2013, cuja amostra foi de aproximadamente 63.900 domicílios/indivíduos, expôs que 72,1% dos entrevistados avaliaram seu plano de saúde como “muito bom” ou “bom”.

INSCRIÇÕES ABERTAS PARA A EDIÇÃO 2016 DO PRÊMIO DE INOVAÇÃO

POR LARISSA MORAIS

O regulamento teve poucas alterações e prevê formatação livre e criativa para os projetos, **sem necessidade de uso de normas acadêmicas.**

As inscrições para a próxima edição do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros, promovido pela CNseg, tiveram início no dia 2 de maio e se encerrarão em 30 de setembro. Esta é a sexta edição da premiação, que se firma como instrumento de incentivo à busca de soluções inovadoras para a indústria de seguros, nos segmentos Produtos e Serviços, Processos e Comunicação.

As normas não sofreram modificações significativas em relação ao ano anterior. Os participantes devem trabalhar, como funcionários ou prestadores de serviços, para seguradoras, resseguradoras, empresas de previdência e capitalização, operadoras de planos de saúde ou entidades do setor. Corretores autônomos também podem participar.

Os inscritos deverão apresentar projetos, estruturados livremente, contendo elementos pré-textuais (como título, autores etc.), plano de negócios

e anexos como fotos e links com conteúdo audiovisual. O regulamento esclarece que a formatação pode ser livre e criativa; não é preciso recorrer às normas dos trabalhos acadêmicos.

COMISSÃO JULGADORA

Os projetos serão avaliados por uma comissão julgadora composta por nove integrantes, três em cada categoria. Os jurados atribuirão notas de zero a dez para cada trabalho – e os cinco mais bem pontuados terão que ser apresentados presencialmente ao júri, em nova etapa agendada para o fim de novembro.

Na primeira etapa, classificatória, serão analisados os quesitos inovação, relevância para o negócio, implementação e conjunto do trabalho. O júri vai avaliar, por exemplo, se houve benefícios comprovados para o negócio, se a implantação ocorreu conforme um planejamento prévio, se os resultados esperados foram atingidos e se há um plano de continuidade para o projeto.

Em caso de empate, sai na frente quem tiver se saído melhor em inovação. Na etapa final, cada trabalho receberá nova nota, de um a cinco, e os três mais bem avaliados serão os vencedores. O primeiro colocado de cada categoria receberá premiação no valor de R\$ 30 mil; o segundo, R\$ 15 mil, e o terceiro, R\$ 10 mil.

As inscrições são gratuitas e devem ser realizadas somente por meio do site www.premioseguero.com.br. A página tem também o regulamento completo do concurso, além de informações úteis como cronograma, histórico e perfil do júri.

Arquivo CNseg



MERCADO DE SEGUROS SE AJUSTA AO NOVO CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL

POR FRANCISCO LUIZ NOEL

Texto se aplica aos quase 100 milhões de processos de natureza cível **que já tramitavam no Judiciário brasileiro, o que torna sua aplicação um grande desafio.**

Divulgação



“O novo Código certamente inibirá o advogado oportunista de ingressar em juízo contra uma regra do código de ética, sem antes tentar obter solução amigável para o litígio.”

Giampaulo Sarro

Em vigor desde 18 de março, o novo Código de Processo Civil – CPC, imprimiu diversas alterações no sistema jurídico do País, incluídos os ritos processuais que regem os contenciosos do mercado de seguros. Além de modernizar procedimentos, o código dá mais celeridade e efetividade às ações judiciais, como requeriam cidadãos, empresas, advogados e juristas. O antigo de 1973, submetido a muitas reformas,

tinha funcionalidades comprometidas e estava aquém das transformações operadas na sociedade brasileira.

“As profundas mudanças sociais, tecnológicas e econômicas vividas no Brasil nas três últimas décadas, que levaram à edição de uma nova Constituição, de um código para as relações de consumo e do novo CPC, também impactaram os ritos processuais das demandas abertas com base nos novos direitos”, as-

signala a superintendente jurídica da CNseg, Glauce Carvalho. “A consequência imediata desse cenário foi a insatisfação e descrença de juristas e jurisdicionados em relação ao sistema processual vigente”.

A sanção presidencial do novo Código de Processo Civil (Lei 13.105) respondeu a esse descontentamento, dois anos depois de sua aprovação pelo Congresso Nacional, com base em anteprojeto elaborado por comissão de juristas formada pelo Senado em 2009. O código se aplica a todos os quase 100 milhões de processos de natureza cível que já tramitavam no Judiciário brasileiro, em áreas como trabalhista, previdenciária, eleitoral e administrativa. “Os desafios são de grandes proporções”, observa Glauce Carvalho.

OBEDIÊNCIA AOS TRIBUNAIS

Diversas inovações processuais passaram a regular o andamento das causas. O CPC introduziu na legislação um sistema de precedentes judiciais obrigatórios, que impõe a juízes e tribunais a observância às decisões do Supremo Tribunal Federal – STF, sobre aspectos constitucionais relacionados a demandas semelhantes às que estiverem julgando. Obriga-os também a seguir as decisões infraconstitucionais do Superior Tribunal de Justiça – STJ, e a orientação do plenário ou órgão especial do tribunal a que estão vinculados.

“Assim, o Código assegura isonomia e segurança jurídica, dando estabilidade, integridade e coerência ao sistema”, avalia o advogado especializado em Direito Securitário Luís

Antônio Giampaulo Sarro, da seção brasileira da Associação Internacional de Direito de Seguro – Aida Brasil.

Ex-procurador da Prefeitura de São Paulo e presidente do grupo de trabalho da associação dedicado a processo civil e seguro, ele acompanha as discussões sobre o código desde o início das atividades da comissão designada pelo Senado, à qual a Aida Brasil apresentou várias propostas incorporadas à Lei 13.105.

Outra medida prescrita pelo novo Código de Processo Civil relaciona-se à observância aos precedentes judiciais – o incidente de resolução de demandas repetitivas. “O Incidente de Resolução de Demandas Repetitivas – IRDR, é voltado, sobretudo, para as demandas de massa, cujo volume exorbitante abarrotou o Judiciário a partir dos anos 1990”, explica a consultora jurídica da CNseg, Gloria Faria. “Ele veio permitir o julgamento conjunto de demandas similares desde a primeira instância. Os requisitos legais para a instauração do IRDR são a efetiva repetição de processos, quando houver controvérsia sobre a mesma questão de direito e o risco de ofensa à isonomia e à segurança jurídica”.

Gloria Faria alerta que esse dispositivo do novo CPC impõe atenção redobrada dos advogados no monitoramento das ações. “Além da utilização dos recursos de informática no controle do acompanhamento dos processos, serão essenciais também o estudo das tendências dos tribunais e a avaliação do entendimento predominante”, afirma ele, acrescentando que a mediação e a conciliação são tarefas relevantes, pois as decisões construi-



Arquivo CNseg

“O incentivo ao diálogo deverá ter efeitos positivos para o mercado de seguros, pois isso reduz a judicialização de questões sensíveis ao setor.”

Glauce Carvalho



“Além do uso da tecnologia no acompanhamento dos processos, serão essenciais também o estudo das tendências dos tribunais e a avaliação do entendimento predominante.”

Gloria Faria

rão os IRDR, de efeito multiplicador e muitas vezes avassalador.

ESTÍMULO AO DIÁLOGO

Outra mudança é o reforço das regras de estímulo à conciliação e à mediação de conflitos que chegam ao Judiciário. Pelo novo CPC, as ações têm início com uma audiência em que as partes podem vir a negociar acordos, evitando a espera e o trabalho decorrentes da tramitação normal do processo. “O incentivo ao diálogo deverá ter efeitos positivos para o mercado de seguros, pois isso reduz a judicialização de questões sensíveis ao setor”, assinala Glauce Carvalhal, da CNseg.

A consagração do princípio da primazia da decisão de resolução do mérito no novo Código é uma inovação com efeitos diretos no setor de seguros. A demanda judicial deve ser obrigatoriamente precedida da busca de solução administrativa, sob pena de a parte reclamante ter a causa anulada. Nesse caso, em consonância com a proposta do grupo de trabalho da Aida Brasil incorporada à Lei 13.105, o juiz pode condenar o impetrante a arcar com as custas e despesas processuais e os honorários advocatícios da outra parte.

Sobre a importância desse dispositivo legal, Luís Antônio Giampaulo Sarro cita dados do boletim da Associação dos Advogados de São Paulo – AASP, sobre pedidos judiciais de indenização do seguro obrigatório de automóvel – DPVAT, de março de 2011. De 14.550 ações ajuizadas, 6.951 não foram antecedidas por solicitações administrativas encaminhadas à Seguradora Líder, concluiu a entidade.

“Tal previsão do novo código certamente inibirá o advogado oportunista de ingressar em juízo contra uma regra do código de ética, sem antes tentar obter solução amigável para o litígio, tornando-se obrigatório o pedido administrativo prévio, sob pena de prejudicar seu cliente com a condenação ao pagamento dos ônus da sucumbência”, alerta o especialista da Aida Brasil. O mesmo ocorrerá em casos de pedidos abusivos de exibição de documentos na Justiça sem que tenham sido requeridos extrajudicialmente antes.

GARANTIA PELO SEGURO

O novo CPC preserva a possibilidade de as seguradoras e resseguradoras nas demandas com clientes, como forma de garantir a cobertura em caso de derrota. A chamada ‘sucessividade da denúncia à lide’ seria impedida, mas foi admitida, pelo menos uma vez, graças à proposta da Aida Brasil. “Nos casos em que não for possível, não haverá prejuízo, em face do relacionamento direto que as seguradoras mantêm com os resseguradores, independentemente do processo”, ressalva Luís Antônio Giampaulo Sarro.

O especialista da Aida Brasil assinala também que foi benéfica para o mercado de seguros prever, no novo código, a substituição da penhora por fiança bancária ou seguro garantia, em lugar do depósito judicial, quando o perdedor de um processo interpõe recurso contra a execução de sentença indenizatória. De acordo com o código, a fiança e o seguro garantia equiparam-se a dinheiro, devendo ter valor superior em 30% ao do débito da pessoa ou empresas que requer o embargo da sentença.

A Federação Nacional de Capitalização – FenaCap, fez pesquisa para identificar a percepção dos consumidores sobre títulos de capitalização e constatou que a busca da disciplina financeira é o aspecto que mais leva pessoas a comprarem o produto.

O levantamento mostrou que o sorteio é visto como um atrativo adicional para a maioria e que o canal bancário é o preferido para a aquisição do título, já que muitos clientes gostam de receber orientações e explicações pessoalmente. “Os resultados apurados indicam que a estratégia de comunicação do mercado está na direção certa. Prova disso é que a maioria dos consultados demonstrou conhecimento sobre o funcionamento e a finalidade dos títulos de capitalização”, afirmou Marco Antônio Barros, presidente da FenaCap.

Uma das boas surpresas foi o fato de o prazo de carência, presente na maioria das modalidades de títulos, ter sido apontado como um dos atributos positivos dos produtos. Para Marco Barros, isso reforça a premissa de que esse mecanismo é um meio efetivo para desenvolver o hábito de economizar e evitar que o dinheiro evapore da conta.

O presidente da FenaCap enfatizou que o mercado tem sido muito ágil na identificação de novas demandas e no lançamento de soluções para atender às necessidades do consumidor. “O caminho é intensificar a comunicação, gerar conteúdo explicativo para o site e cartilhas, para manter o consumidor permanentemente informado, e lançar mão de canais multiplataforma para facilitar esse processo”, observou.

PESQUISA INDICA CAMINHOS PARA AUMENTAR VENDAS DE TÍTULOS

POR JORGE CLAPP

Economizar é um dos principais atrativos do segmento, segundo estudo do **Instituto Overview**, que ouviu consumidores sobre as soluções de Capitalização.

Arquivo Cnseg



“O caminho é intensificar a comunicação, gerar conteúdo explicativo para o site e cartilhas, para manter o consumidor permanentemente informado, e lançar mão de canais multiplataforma para facilitar esse processo.”

Marco Barros

REDES SOCIAIS

Uma dessas ações foi a campanha institucional em plataforma WEB, lançada no segundo semestre de 2015, com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre o setor e sua importância econômica e social. Agora, a FenaCap já está trabalhando para executar novas ações, desta vez

nas redes sociais, principalmente no Facebook e no Youtube.

Quanto ao futuro do mercado, Marco Barros afirmou que o segmento vem trabalhando, de forma colaborativa, para o aprimoramento do novo marco regulatório em estudo na Susep. Essa medida é vista como fundamental para que o mercado avance

ainda mais. O presidente da FenaCap entende que é preciso também estimular a inovação, o uso de canais multiplataforma e o lançamento de soluções que atendam às necessidades dos consumidores.

“O consumidor assumiu o protagonismo nas relações de consumo e, hoje, quer interagir mais e fazer escolhas, segundo sua própria conveniência, obter informações, adquirir produtos e, principalmente, influir na criação de novas soluções para suas demandas”, assinalou. A agenda da FenaCap inclui também a intensificação das ações voltadas para a Educação em Seguros.

Apesar da crise, que torna instável o cenário na economia e na política do País, Marco Barros mantém uma posição otimista quanto ao desempenho do setor de Capitalização em 2016. Na sua avaliação, o processo de diversificação de ofertas no mercado tem produzido resultados muito satisfatórios, como nos casos das soluções de garantia locatícia e de Incentivo, que ajudam a consolidar o segmento como uma grande plataforma de soluções de negócios com sorteios.

Já os produtos tradicionais de Capitalização são vistos como instrumentos para organização das finanças pessoais, uma alternativa simples e acessível para que as famílias consigam formar reservas financeiras. O executivo destacou ainda que as empresas do setor continuam investindo fortemente para atender às novas demandas. “Isso nos permite manter a aposta no crescimento do mercado. Nossa expectativa é de avançar entre 3% e 6% em 2016”, completou.

VISÃO DAS CLASSES C, D E E

Realizada pelo Instituto Overview, a pesquisa ouviu clientes das classes C, D e E, que têm menor capacidade de investimento e reduzida educação financeira. “Esse público, ao investir na compra de um título de capitalização, tem como motivação principal a possibilidade de guardar algum dinheiro e concorrer a prêmios”, afirmou o responsável pela pesquisa, Luis Eduardo Guedes.

Segundo ele, foi empregada uma metodologia qualitativa, via formação de 15 grupos de discussão em seis cidades de diferentes regiões do Brasil. Guedes explicou que esse modelo permite uma visão mais precisa e a utilização de um roteiro que pode ser alterado ou adaptado se surgir algo inesperado durante a discussão.

Entre as surpresas da pesquisa, constou o elevado grau de satisfação de quem fez resgates antecipados para pagar dívidas com cartões de crédito ou financiamentos, por exemplo. “Poder quitar dívidas em momentos de crise financeira traz satisfação, mesmo que a pessoa resgate um valor abaixo do investido. A capitalização passou a ser vista como uma solução para momentos difíceis”, destacou o pesquisador.

O levantamento indicou ainda alguns gargalos, como a necessidade de o segmento investir mais na comunicação e na informação, principalmente no momento da venda. “Pode



Divulgação

“ Poder quitar dívidas em momentos de crise financeira traz satisfação, mesmo que a pessoa resgate um valor abaixo do investido. A capitalização passou a ser vista como uma solução para momentos difíceis.

Luis Eduardo Guedes



haver um *gap* de satisfação no momento do resgate, porque boa parte desse público vê a capitalização como algo próximo a uma poupança que dá prêmios, o que não corresponde à realidade”, assinalou.

LONGEVIDADE ABRE ESPAÇO PARA CRIAÇÃO DE NOVAS COBERTURAS DE PREVIDÊNCIA

POR CRISTIANE COLLICH SAMPAIO

Modelo em discussão planeja ampliar oferta de operadores e de tipos de **rendas para mitigar riscos decorrentes da sobrevida dos brasileiros.**

Aa seguradoras dedicadas ao segmento de Previdência Privada e Vida já têm a perspectiva de ampliar seu foco atual de atuação. Possivelmente ainda este ano, entidades fechadas de Previdência Complementar, como os fundos de pensão das empresas estatais, poderão contratar novos tipos de seguros, com o intuito de minimizar seus riscos atuariais.

A minuta que normatiza a autorização e a ampliação dos tipos de cobertura para planos de benefícios que poderão ser contratados pelos fundos de pensão teve a consulta pública 5/2016, da Superintendência Nacional de Previdência Complementar – Previc, encerrada no dia 15 de abril. Trata-se de proposta de instrução conjunta com a Superintendência de Seguros Privados – Susep, que regulamenta a Resolução nº 17 do Conselho Nacional de Previdência Complementar – CNPC, de 30 de março de 2015.

No texto submetido à avaliação do mercado, estão relacionados os tipos de cobertura de riscos, de caráter total ou parcial, que a entidade fechada poderá contratar:

invalidez de participante; morte de participante ou assistido; sobrevivência do assistido; e desvios de hipóteses biométricas. As coberturas para invalidez e morte já são previstas na legislação vigente. A inclusão dos novos tipos de cobertura de risco – de sobrevivência e de desvios de hipóteses biométricas – se justifica pelo aumento da longevidade da população e por seus impactos consequentes na poupança previdenciária.

EXPERTISE

Essa regulamentação é o desfecho de uma questão que vem sendo amadurecida há anos, opina o presidente da FenaPrevi, Edson Franco. “A normativa procura preencher uma lacuna na oferta de produtos pelas entidades fechadas, como as fundações. A proposta é mitigar os riscos atuariais dessas instituições e as seguradoras reúnem a expertise adequada para assegurar que os fundos de pensão não corram riscos de natureza securitária em suas operações”, declarou.



Arquivo CNseg

Segundo Franco, a medida é positiva tanto para as seguradoras quanto para os fundos de pensão. “É boa para todo o sistema”, avalia. O modelo apresentado deverá estimular a oferta de novos produtos pelas seguradoras e ampliar a entrada de novos participantes nesse segmento. Quanto às fundações, a contratação de seguros deverá mitigar riscos de insolvência, auxiliar no equilíbrio financeiro e garantir os benefícios dos integrantes do fundo.

“A proposta é mitigar os riscos atuariais dessas instituições e as seguradoras reúnem a expertise adequada para assegurar que os fundos de pensão não corram riscos de natureza securitária em suas operações.”

Edson Franco

A minuta permite a transferência do risco de morte ou invalidez do beneficiário para a seguradora e a contratação de seguro de renda vitalícia. Paralelamente, abre a possibilidade de outro tipo de cobertura, a de desvios de hipóteses biométricas (conhecida como *swap* de longevidade). “Esse tipo de contrato compensa o risco de os membros participantes e assistidos do plano de benefícios viverem mais tempo do que a sobrevida esperada, do que foi precificado, por meio de um seguro ou resseguro de risco de longevidade”, esclarece.

RENDA VITALÍCIA

No Brasil, a preocupação com a necessidade de acumulação de renda para o futuro ainda é insipiente, pois começou a se desenvolver há aproximadamente 15 anos, relata Edson Franco. Esse fato, aliado a uma economia estável, tende a levar à expansão da contratação de Previdência Complementar.

Além disso, as mudanças que estão sendo previstas no sistema previdenciário do Estado reforçam essa preocupação. “O sistema atual, insustentável, indica que o Estado sozinho não garantirá o futuro dos cidadãos. Assim, a chamada “poupança previdenciária individual” passa a se impor como renda complementar”, reflete.

Segundo o executivo, a complementação de renda, ao final do período de acumulação pode ser realizada por meios alternativos, como autogestão (que considera mais vulnerável pois o indivíduo assume o risco de esgotamento prematuro da sua poupança previdenciária) e contratação de renda vitalícia. “Hoje, com juros altos, os benefícios e a importância da renda vitalícia ainda não são percebidos pela população, mas com a estabilização da economia esta situação se alterará”, avalia. Franco usa como exemplo o Chile, que realizou as reformas estruturais na década de 1980: com estabilidade e inflação baixa, a demanda por contratos de renda vitalícia se expandiu e continua em alta.

A partir desse novo marco legal, há a abertura de um leque de modalidades de renda passíveis de serem contratadas pelas entidades fechadas. “Com exceção do risco de longevidade, que é o tipo de contrato de cobertura menos comum e que raras seguradoras oferecem atualmente, os demais já são conhecidos do mercado. Agora, é uma questão de demanda. A lógica de economia de escala é fundamental para o desenvolvimento dessas modalidades de coberturas”, constata Franco.

Nesse nicho, segundo sua avaliação, o modelo atual de distribuição e sua natureza devem mudar, assim como a escala, considerando ainda que há espaço para a modernização dos produtos. O presidente da FenaPrevi destaca a importância de as seguradoras procurarem se informar sobre os mercados que já acumulam experiência com a oferta de produtos para fundos de pensão, em especial quanto a aspectos relacionados à subscrição de risco e precificação.

As sugestões apresentadas pela Federação, pelas seguradoras individualmente e pelas entidades fechadas poderão alterar o texto original da minuta. No entanto, Edson Franco acredita que haverá poucas modificações no escopo da regulamentação e mais sugestões de mudanças nos procedimentos. “Agora estamos aguardando a publicação da instrução conjunta”, finalizou.

SEGUROS DE BENS E DE ESPAÇOS COMPARTILHADOS DESAFIAM O SETOR

POR LARISSA MORAIS

Empreendimentos colaborativos movimentaram em torno de US\$ 110 bilhões no mundo em 2014, segundo a Forbes, e o valor tende a crescer.

O crescimento da chamada economia colaborativa, por meio de novas plataformas de compartilhamento de bens e serviços, está trazendo novos desafios para o setor de seguros. Como segurar adequadamente, por exemplo, um carro que não é dirigido apenas pelo próprio dono, uma planta industrial utilizada por diferentes empresas ou uma casa com grande rotatividade de moradores? Qual é o formato mais adequado para segurar bens e espaços compartilhados, e como calcular o risco corretamente, considerando as novas variáveis?

Para a presidente da Associação Internacional de Direito de Seguro – Aida, a advogada Ana Rita Petraroli, a relação é de colaboração entre as partes e não de prestação de serviço. Entre os adeptos, pode haver geração de renda a partir da redução do uso ocioso de um bem, com consequente recuo do consumo e do impacto ambiental. O conceito é simpático ao público e ganha força em cenários de crise econômica.

Um quarto vago em casa, por exemplo, pode ser alugado para uma pessoa com um perfil compatível ao do dono do imóvel com o auxílio de um aplicativo como o Airbnb, baixado pela internet. O próprio carro também pode ser posto à disposição por dias ou horas, como faz o Fleety em Curitiba, São Paulo, Florianópolis e Rio de Janeiro. O animal de estimação pode ser cuidado por alguém que gosta de animais, escolhido com a ajuda de aplicativos como o Pet Roomie ou o Dog Hero. Tudo rápido, prático e com preço frequentemente inferior ao cobrado por empresas convencionais.

OPORTUNIDADES

Com as tecnologias e os sistemas digitais de pagamento, essas atividades alcançaram uma escala nunca vista antes. Segundo a Forbes, empreendimentos colaborativos movimentaram em torno de US\$ 110 bilhões no mundo, em 2014, e o valor tende a crescer exponencialmente, gerando controvérsias e também oportunidades.



Divulgação

“Minha impressão é que nossa economia ainda não está preparada. Do ponto de vista jurídico, é certo que surgirão problemas.”

Ana Rita Petraroli

O diretor do Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade – IETS, o economista Manuel Thedim, considera a expansão da economia colaborativa uma tendência positiva em muitos aspectos, entre eles o aumento do acesso a bens de produção. Em contrapartida, essa tendência, acrescenta, vem acompanhada por um tipo de relação de trabalho bem diferente da tradicional. “Há menos emprego e mais trabalho, portanto, mais instabilidade na renda familiar. Nesse ponto, o seguro pode ajudar muito, pois minimiza riscos”, analisa.



Mauro Pimentel

“Há menos emprego e mais trabalho, portanto, mais instabilidade na renda familiar. Nesse ponto, o seguro pode ajudar muito, pois minimiza riscos.”

Manuel Thedim

O risco envolvido no seguro de um bem de uso compartilhado é considerado mais alto do que o de um bem particular. No caso do Fleety, os usuários dispõem de um seguro para o automóvel que estão alugando, já embutido na taxa de intermediação do bem. No entanto, se o aluguel do carro for feito de modo informal, sem a oferta de seguro, o proprietário terá que avisar à seguradora, ou poderá ter problemas para receber a indenização, caso haja sinistro.

“Sempre que há um agravamento do risco, o contrato precisa ser revisto.

Caso contrário, a seguradora poderá questionar o pagamento”, afirma Jorge Abel Peres Brazil, coordenador da Cátedra de Gestão Administrativa da Academia Nacional de Seguros e Previdência. “O tema ainda é muito novo, mas terá que entrar na pauta. A evolução do mercado sempre leva à criação de novos produtos e à adaptação da nova realidade”, avalia o professor.

CÁLCULO DE RISCO

O economista Manuel Thedim também acredita que o setor resolverá sem dificuldades questões relacionadas a cálculo de risco. Para o automóvel de uso compartilhado, por exemplo, a solução pode ser uma apólice semelhante à oferecida a locadoras de veículos.

Para a advogada Ana Rita Petraroli, a proposta da economia colaborativa é moderna e sustentável, mas do ponto de vista da formalidade deixa a desejar. “Minha impressão é que nossa economia ainda não está preparada. Do ponto de vista jurídico, é certo que surgirão problemas”, afirma.

No caso de uma planta industrial compartilhada, por exemplo, a seguradora terá que considerar materiais usados e riscos de cada uma das operações, pois o risco de cada negócio passará a interferir diretamente nos demais, e os problemas tendem a surgir de forma mais rápida do que nos processos de regulação.

A advogada acredita que o setor de seguros, extremamente regulado no Brasil, ainda não se movimentou em relação à economia colaborativa porque espera ter a certeza de que a esse novo modo de se fazer negócios veio mesmo para ficar. “É custoso criar



Divulgação

“O tema ainda é muito novo, mas terá que entrar na pauta. A evolução do mercado sempre leva à criação de novos produtos e à adaptação da nova realidade.”

Jorge Abel

novos produtos. O risco envolvido num contrato de seguros costuma ser calculado por meio de um histórico de risco que, no caso dos novos produtos, ainda não existe. O processo não é simples, e qualquer falha pode causar danos financeiros”, explica.

Aos participantes dessa relação de colaboração, a advogada recomenda cautela. “É preciso ter consciência de que se está numa relação sem respaldo legal. Trata-se de uma escolha possível, mas é preciso conhecer as limitações envolvidas”, afirma.

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DA CNSEG ADOTA MODELO GRI

POR GABRIEL OLIVEN

Metodologia é apontada como a mais adequada à divulgação das **práticas sustentáveis das empresas para todas as partes interessadas**.

A adoção de práticas sustentáveis alargou os horizontes do mercado segurador e redefiniu o modelo de gestão das empresas. São parâmetros que traduzem a busca por longevidade e redução de riscos, deixando uma semente de lucros para gerações futuras. Cada vez mais, no entanto, a sustentabilidade requer uma metodologia avançada para mensuração dos indicadores que definem seus impactos — afinal, são a principal ferramenta de comunicação do desempenho social, ambiental e econômico das organizações. Com esse objetivo, a CNseg adotou um novo modelo de relatório setorial de sustentabilidade, baseado no formato GRI.

Trata-se do sistema mais moderno e difundido em todo o mundo nos dias de hoje. Fundada em 1997, na Holanda, a Global Reporting Initiative – GRI, uma organização não-governamental pioneira em inserir a sustentabilidade nos negócios, reúne ambientalistas, ativistas sociais e representantes de fundos socialmente responsáveis, o que lhe confere o status de organi-

zação *multistakeholder* (de múltiplas partes interessadas).

A ONG desenvolve uma Estrutura de Relatórios de Sustentabilidade adotada por mais de 2 mil organizações de diversos países. Nos últimos anos, o conceito GRI tem sido apontado como modelo de relatório para servir de divulgação das práticas sustentáveis da empresa a todas as partes interessadas. Esse método está relacionado diretamente aos conceitos de transparência e comunicação, vindos da sustentabilidade.

A partir do novo formato de relatório, a CNseg alinha-se às empresas e países mais avançados que fazem parte da rede GRI. A metodologia permite integrar a divulgação do desempenho nas áreas ambiental, social e de governança das instituições – indicadores que formam a sigla ASG. A primeira edição no novo formato será lançada no dia 29 de julho, com o nome Relatório de Sustentabilidade do Setor de Seguros. O trabalho contou com a participação da Comissão de Sustentabilidade e Inovação – CSI, da



Divulgação

“O Relatório identifica o nível de maturidade do setor em relação à sustentabilidade e à gestão de temas e impactos sociais, econômicos, ambientais e de governança. O mercado tem avançado de forma considerável nesse sentido.”

Fatima Lima

entidade, integrada por especialistas de diversas seguradoras.

TEMAS ESSENCIAIS

Desenvolvido com base na matriz de materialidade do setor, o Relatório apresenta os temas essenciais para a gestão da sustentabilidade da CNseg. Nele, estão resumidos os acontecimentos mais importantes de 2015 referentes à Confederação, às suas quatro Federações associadas (FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde e FenaCap) e ao mercado brasileiro de seguros. Um dos diferenciais em relação

aos relatórios anteriores foi a participação ativa de todos os agentes envolvidos no processo.

“Publicar o Relatório de Sustentabilidade 2015 de acordo com as diretrizes internacionais da GRI é uma das principais conquistas da Comissão de Sustentabilidade e Inovação. Essa ação reforça a importância da integração dos aspectos ASG no setor de seguros”, explica Fatima Lima, presidente da Comissão e diretora de Sustentabilidade da BB e Mapfre.

O trabalho está alinhado com os Princípios de Sustentabilidade em Seguros – PSI, do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente – Iniciativa Financeira. O documento de Diretrizes de Integração, que identificou os temas relevantes para a indústria seguradora nas áreas social, ambiental e de governança, foi produzido com participação de 67 profissionais de diferentes empresas seguradoras.

Os dados tomaram por base consultas aos presidentes das Federações e das comissões temáticas da CNseg, entre outros. Essa lista de temas foi validada pelas lideranças das Federações e da CNseg e, posteriormente, organizada no documento final, que inclui guias para a integração das questões ASG à agenda corporativa das companhias.

CATEGORIAS

Outro ponto de destaque é que os temas ambientais, sociais e de governança foram divididos em duas categorias: transversais (comuns a toda a indústria de seguros) e por Federação (específicos e relativos a cada categoria de empresa). Todos estão correlacionados com os PSI.

“O Relatório é um documento estratégico e transparente de planejamento e prestação de contas, que funciona também como uma importante radiografia. É capaz de identificar o nível de maturidade do setor em relação à sustentabilidade e à gestão de temas e impactos sociais, econômicos, ambientais e de governança. O mercado de seguros tem avançado de forma considerável nesse sentido”, acrescenta Fatima.

Não por acaso, a CNseg foi pioneira no lançamento de metas setoriais para implementação dos PSI. Entre 2013 e 2015, as quatro metas estabelecidas foram alcançadas.

“Os resultados comprovam o alto grau de comprometimento das companhias de seguros brasileiras, que trabalham para a integração dos aspectos ambientais, sociais e de governança em sua política de subscrição de riscos e em seus programas de engajamento para os corretores. E também estão cada vez mais comprometidas com a publicação dessas iniciativas em seus relatórios”, conclui.

CONCEITO UBER TRAZ NOVA REALIDADE AO SETOR DE TRANSPORTE

POR MÁRCIA ALVES

Aplicativos que conectam motoristas autônomos aos interessados em transportar cargas embutem incertezas em relação aos seguros e ao gerenciamento de riscos.

A pontado como um dos símbolos da economia colaborativa, o polêmico aplicativo Uber, que conecta motoristas e usuários, abriu as portas para inúmeras outras plataformas em áreas diversas. Do “Uber dos serviços domésticos” ao “Uber da educação”, todos os dias surgem novos negócios alavancados pela tecnologia e conectividade da internet associadas à mobilidade dos smartphones. No cerne do fenômeno, está a disrupção de mercados já existentes, a partir da transformação de hábitos de consumo ou do preenchimento de espaços ainda não ocupados.

Com aplicações infinitas, o conceito Uber promete chacoalhar muitos segmentos econômicos. Dizem os especialistas que os bancos serão os próximos alvos. No âmbito do setor de seguros, a novidade já ganhou a atenção do seguro de transporte, depois do lançamento de alguns aplicativos, o denominado “Uber para caminhões”. Estes serviços surgiram com a promessa de diminuir a ociosidade do transporte de cargas — estimada, atualmente, em 40% —, além de reduzir em 30% o valor do frete, responsável

por cerca de 60% dos custos logísticos de empresas.

Na prática, os aplicativos para transporte de carga conectam motoristas autônomos, previamente cadastrados, com transportadoras e contratantes de transporte. Duas das empresas desse novo segmento entrevistadas pela Revista de Seguros garantem adotar

critérios rigorosos para o cadastramento de profissionais. Uma é a CargoX, criada em 2015, que já conta com mais de 100 mil motoristas. “Avaliamos o caminhão, o histórico de viagens com a CargoX e aspectos da gerenciadora de riscos. O caminhoneiro é avaliado pelo cliente ao final de cada entrega”, diz Bruno Torres, diretor de Marketing da CargoX.

Já o TruckPad, outro aplicativo lançado em 2013, constituiu uma base de 500 mil caminhoneiros. “A primeira informação que pedimos do motorista é o CPF, o que, aliás, chegou a dificultar a aprovação do nosso aplicativo na Apple, porque nesse segmento não é comum essa solicitação. Mas



“Avaliamos o caminhão, o histórico de viagens com a CargoX e aspectos da gerenciadora de riscos. O caminhoneiro é avaliado pelo cliente ao final de cada entrega.”

Bruno Torres

“Não basta um bom cadastro, também é necessário o acompanhamento do desempenho dos serviços desses profissionais.”

Rene Ellis

“A primeira informação que pedimos do motorista é o CPF, pois permite a checagem de dados do motorista, inclusive nas próprias gerenciadoras de riscos.”

Carlos Mira

entendemos que o CPF permite a checagem de dados do motorista, inclusive nas próprias gerenciadoras de riscos que oferecem serviço ao setor de transporte”, diz Carlos Mira, presidente do TruckPad. Segundo ele, o aplicativo registra mais de 400 mil ofertas de fretes por mês.

CADASTRO X CONDUTA

Ainda que o cadastro de motoristas

seja feito com alguns critérios, não será suficiente para a gestão de risco que o transporte de cargas requer, na avaliação de Rene Ellis, membro da Diretoria do Clube Internacional de Seguros de Transportes – CIST, entidade que reúne profissionais dos setores de logística e de seguros. “Não basta um bom cadastro, também é necessário o acompanhamento do desempenho dos serviços desses profissionais”, diz ele, alertando que não se pode descartar o risco de eventual desvio de conduta dos motoristas.

Rene Ellis acredita que somente com o planejamento e acompanhamento da viagem por meio de rastreador é possível obter o resultado esperado. Mas esses cuidados ainda não encerram a questão. Resta ainda a responsabilidade em caso de sinistro. “Até onde o Uber para caminhões arcará com a responsabilidade civil desse processo, como faz hoje qualquer transportador?”, questiona o diretor do CIST, referindo-se aos seguros obrigatórios.

Para o transporte rodoviário de cargas, que é responsável por mais de 60% do volume de mercadorias movimentadas no Brasil e representa cerca de 6% do PIB, segundo a consultoria ILOS, existem três modalidades de

seguros, das quais duas obrigatórias. O seguro de Responsabilidade Civil do Transportador Rodoviário – Carga – RCTR-C, é obrigatório e garante indenização ao transportador por perdas ou danos causados a bens e mercadorias de terceiros. O seguro facultativo de Responsabilidade Civil do transportador rodoviário por Desvio de Carga – RCF-DC, garante a responsabilidade do transportador por perdas na carga, por furto ou roubo.

“AGENCIADOR HIGH-TECH”

Para Rodolfo Petrait, membro do Conselho Deliberativo da Associação Brasileira de Gerência de Riscos – ABGR, está claro que não há responsabilidade do aplicativo em caso de sinistro. “O aplicativo não atua diretamente, mas apenas organiza e indica a movimentação. Cabe ao transportador ter o seguro”, diz. Já Rene Ellis tem suas dúvidas. “Como garantir o sucesso de uma viagem com um motorista de Uber, que é ocasional e não participa do processo de mitigação?”. Ele reforça que o processo deve envolver capacitação do motorista, condições técnicas do veículo, rastreadores com inteligência embarcada, monitoramento e controles de viagens, de velocidade e de percurso, telemetria etc.

Arquivo CNseg



NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS QUE VIERAM PARA FICAR



Divulgação

“As empresas que desenvolverem novos modelos de negócio, baseados nas novas tecnologias, vão prosperar. Já as demais vão simplesmente desaparecer ou se tornarão irrelevantes.”

Alvaro Camargo



O conceito é o do Uber, mas o modelo de negócio adotado pelos aplicativos para transporte de cargas difere. O TruckPad, por exemplo, tem como público-alvo os caminhoneiros e se intitula um *lead generation* da categoria. Atuando exclusivamente como aplicativo, o serviço se exime de responsabilidades. “Indicamos o caminhoneiro para empresa que tem interesse em trans-

portar cargas. Toda a gestão do risco e o seguro são feitos pelo contratante. Portanto, para efeito de seguro, nada muda”, diz Carlos Mira.

Já a CargoX se intitula como “uma transportadora escalável, baseada em uma prestação de serviço sem ativos, que oferece serviços de transporte para vários setores”. Como transportadora, a empresa garante que treina seus motoristas e assume responsabilidades. “A CargoX assume toda a responsabilidade pela segurança da carga e possui seguro para as viagens. Em um eventual problema, temos uma equipe que dará suporte ao cliente e acionará o seguro”, diz o diretor Bruno Torres.

Consultor na área de gerenciamento de projetos e estratégia empresarial, Alvaro Camargo, considera que a inovação do Uber não está na tecnologia aplicada, mas no modelo de negócios. “É fato que as novas tecnologias vão mexer com o setor de transporte de cargas, assim como estão mexendo com todos os setores da economia”, diz. Segundo ele, uma revolução maior ainda está chegando com a internet das coisas, que facilitará o compartilhamento de quaisquer tipos de recursos.

Para Camargo, é impossível frear estas transformações. Por isso, o melhor caminho é estar atento às consequências das mudanças causadas por novas tecnologias e adaptar-se à nova realidade. “As empresas que desenvolverem novos modelos de negócio, baseados nas novas tecnologias, vão prosperar. Já as demais vão simplesmente desaparecer ou se tornarão irrelevantes”, diz.

Rodolfo Petrait avalia que o “Uber para caminhões” será benéfico para o segmento de transporte se reduzir a ociosidade, mas não terá efeito no aumento do volume de prêmios de seguros. “Haverá apenas a transferência de responsabilidades. O aumento de prêmios viria das movimentações, que, por sua vez, dependem da recuperação econômica”, diz.

No entanto, ele acredita que o segmento de transporte reagirá a essa nova realidade. “Creio que as grandes transportadoras se movimentarão para não deixar a mercê de autônomos os grandes volumes de cargas de alta periculosidade”, diz. Para Rene Ellis, se o aplicativo não se qualificar para prestar um bom serviço “não passará de mais um agenciador de cargas *high-tech*”.

“Haverá apenas a transferência de responsabilidades. O aumento de prêmios viria das movimentações, que dependem da recuperação econômica.”

Rodolfo Petrait

ESCOLA INAUGURA NOVAS INSTALAÇÕES EM SÃO PAULO

POR CECÍLIA BARROSO



Nova sede: Localizado a 50 metros da Avenida Paulista, no coração da cidade, prédio tem nove andares, com 4.500 metros quadrados de área, e foi totalmente modernizado

A Escola Nacional de Seguros acaba de completar 45 anos e está de casa nova em São Paulo. No dia 28 de março, foram inauguradas as instalações na Rua Augusta, 1.600, a 50 metros da Avenida Paulista, coração da cidade. São nove andares, com área ocupada de 4.500 metros quadrados, de um prédio que foi totalmente modernizado para receber a Escola. Além da capital paulista, a Instituição está presente em mais 12 cidades do Brasil. A Unidade São Paulo responde por cerca de 60% das atividades da Escola.

Divulgação

Segundo o diretor executivo da entidade, Renato Campos, foi feito um investimento de aproximadamente R\$ 30 milhões, entre aquisição do imóvel e obras. O novo prédio é adaptado para portadores de necessidades especiais e tem capacidade para receber 1.100 alunos ao mesmo tempo. São 28 salas de aula, biblioteca com cerca de 20 mil títulos, auditório para 150 pessoas, lounge (espaço de convivência), dois laboratórios de informática, salas de reunião com equipamentos para videoconferência, salas de professores e salas de estudo. Todos os ambientes são climatizados e as salas de aula contam com data show.

ATIVIDADES UNIFICADAS

Renato Campos destaca que os objetivos da mudança foram unificar as atividades da Escola, tanto educacionais quanto administrativas, proporcionar mais conforto e segurança aos alunos, professores e colaboradores, e otimizar espaços. “Antes, ocupávamos três imóveis alugados. Agora, estamos em único prédio próprio, 100% modernizado”, explica. Ele lembra que, durante a reforma, foram instalados novos elevadores e feitos investimentos no entorno do prédio, com a colocação de semáforos e de placas de sinalização, além de melhorias na calçada. Com o novo prédio, será possível ampliar os cursos oferecidos pela Instituição em São Paulo. “No primeiro semestre de 2017 pretendemos lançar um MBA na modalidade de Ensino



Divulgação

“A cidade será um dos polos de MBA na modalidade de Ensino a Distância, que mescla aulas virtuais e presenciais.”

Renato Campos

a Distância – EAD, que mescla aulas virtuais e presenciais. A cidade de São Paulo será um dos polos, juntamente com o Rio de Janeiro, onde está localizada a sede da escola”, antecipa o diretor executivo.

Hoje, a Escola Nacional de Seguros oferece um amplo leque de produtos e serviços educacionais, como seminários técnicos, palestras gratuitas, workshops, certificações técnicas, cursos de extensão, cursos customizados para empresas (corporativos), graduação em Administração e Seguros e MBAs.

REFLEXÕES SOBRE A PRECIFICAÇÃO DE SEGUROS

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS E PROJETOS DA CNSEG

Diferenças físicas e comportamentais entre gêneros constituem importante fator para aferição **do risco e influenciam diretamente no prêmio do seguro.**

As seguradoras de mais sucesso no mundo são aquelas que melhor definem o preço de seu produto. E este depende de inúmeros fatores, como tipo de cobertura oferecida, perfil do segurado, apetite de lucro da seguradora, preços operados pelos concorrentes e situação econômica do país onde se comercializará o produto. Se, no fundo, esta é uma fórmula básica de definição do valor de qualquer produto, no caso do seguro a grande questão é trabalhar com algo que é aleatório — o fato de o preço real ser desconhecido.

Tradicionalmente, desde que exista experiência ou conhecimento suficiente de eventos passados, as seguradoras utilizam as estatísticas resultantes desta análise para fazer cálculos mais sofisticados. Isso requer a análise de uma história de sinistros razoavelmente extensa, com base na experiência da própria seguradora e dados da indústria como um todo.

Mas a forma de definição do preço vem sendo alterada por movimentos estranhos a esta técnica mais tradicional, eventos *disrupted*, ou disruptivos em uma tradução livre para o português. Um exemplo foi o ocorrido na Europa em 2013, quando passou a

ser proibida a distinção de prêmio por gênero. Sob o ponto de vista técnico, diferenças físicas e comportamentais entre os gêneros constituem importante fator para aferição do risco, e influenciam diretamente no prêmio do seguro e, quando não incorporadas, podem trazer situações adversas às seguradoras.

Em um seguro de Automóvel é possível notar, claramente, a diferença entre os perfis masculino e feminino: de acordo com dados do AutoSeg da Superintendência de Seguros Privados – Susep, o sinistro médio referente à colisão foi quase 20% maior para homens. Por outro lado, a frequência de sinistros referentes a amassados e arranhões foi 10% maior para as mulheres em relação aos homens.

Outro fator disruptivo são as fontes de informações utilizadas, como, por exemplo, dados pessoais de redes sociais. Já se sabe que, quando um cliente simplesmente curte a página do Bought by Many (empresa inglesa de venda

de seguros online) no Facebook, ele coleta toda a informação do perfil desta pessoa na rede social para complementar a informação dos questionários de precificação de seguro.

E as novas tecnologias — móveis e sociais — não estão revolucionando apenas a precificação do seguro, como também a forma de sua contratação. Tecnologias estão aqui para ficar, e o mercado segurador, que é atrativo pelo seu tamanho e tem o estigma de ser conservador, deverá se adaptar: no Vale do Silício, muitas empresas, incluindo a Google e a Apple, já estão no processo de reinventar a precificação da indústria de seguros.





História do Futuro – O Horizonte do Brasil no Século XXI
 Autor: Míriam Leitão • Editora Intrínseca
 Ano 2015 • 496 páginas

Míriam Leitão é conhecida nacionalmente como comentarista de economia e política. Seus comentários na televisão, internet, jornais e no rádio estão sempre atrelados a alguma entrevista com os figurões da política, grandes empresários ou diretores de bancos e empresas financeiras. Esta era a visão que eu também tinha dela e foi uma grata surpresa conhecer um lado, para mim totalmente novo, da sua personalidade revelada neste livro.

Em História do Futuro, Míriam Leitão se apresenta como uma pesquisadora de campo (às vezes, literalmente), citando, por exemplo, vivências ocorridas numa comunidade como a Rocinha, no Rio de Janeiro, ou mesmo de dentro de uma árvore milenar, uma Samauma de dezenas de metros de

RELATOS DE ESFORÇOS PARA TORNAR ESTE PAÍS MELHOR

JOSÉ FERNANDO BARON, Especialista em Gestão Estratégica da Informação pela UFMG
 Gerente Comercial na KeepTrue Soluções Fiscais

A narrativa rica está cheia de exemplos que mostram o dia a dia do brasileiro **que luta para subir socialmente, trabalhando duro e honestamente.**

altura, sobrevivente do desmatamento nos arredores de Alta Floresta, em Rondônia, entre muitas outras, e ainda nos ambientes que ela frequenta normalmente como gabinetes do governo e salas de empresários.

Meio ambiente, demografia e educação, saúde e tecnologia, crise e recuperação, discriminação racial e desigualdade social, energia renovável, agricultura e, claro, economia e política são assuntos abordados neste livro de narrativa absorvente, aliás, outra surpresa para quem, como eu, estava acostumado a associá-la a números, planilhas, dados do IBGE e coisas do gênero. Uma narrativa rica, abrangente, cheia de exemplos esclarecedores, que nos mostram o dia a dia do brasileiro médio ou ainda do brasileiro que luta para subir socialmente, trabalhando duro e honestamente.

Quando se fala em futuro, todos nós temos a tendência a procurar os livros sobre oportunidades de trabalho, de negócios ou empreendedorismo e na lista dos assuntos acima eu não as

mentionei. De propósito porque não é um assunto específico. O livro é inteiro permeado de oportunidades prontas a serem exploradas.

Com narrativa clara e simples, casos de superação obtidas, às vezes, por meio de políticas públicas, noutras por quem agiu totalmente à margem destas políticas, Míriam relata de forma intrigante e instigante os esforços para tornar este País melhor, num livro de leitura rápida, apesar de suas quase 500 páginas.

Em História do Futuro, ela menciona presente e passado, como uma mola naquele momento de inverter o sentido da força que a comprimiu, para nos mostrar um futuro que muitos de nós desconhecemos ou mesmo não queremos acreditar que exista.

Neste livro, Míriam Leitão conseguiu falar dos complexos assuntos do nosso dia a dia, trazendo aos “não iniciados” uma luz sobre estes assuntos, num conteúdo rico e que, por vezes, nos faz voltar e reler alguns tópicos, tornando sua leitura mais prazerosa.



EDUCAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E SEGURO

ANTONIO PENTEADO MENDONÇA, jornalista e especialista em Seguros e Previdência

Ao focar na educação em seguros, o setor está colaborando para **melhorar a qualidade de vida do brasileiro, com reflexos óbvios na realidade das classes mais baixas.**

Nenhuma nação atinge um grau satisfatório de desenvolvimento sem que tenha educação e saúde de qualidade. Sem estas conquistas não há como pretender oferecer alto patamar de qualidade de vida. Infelizmente, o Brasil patina nos dois setores — o que compromete as realizações sociais.

O tema não deveria comportar interpretações ideológicas, mas ser tratado pragmaticamente, levando em conta as necessidades básicas e as carências da sociedade, independentemente dos donos do poder.

Os noticiários em geral trazem diariamente informações desalentadoras a respeito dos dois pilares, com os alunos brasileiros em franca desvantagem em relação ao que acontece no mundo, e a saúde pública enfrentando problemas de todas as ordens, com reflexos diretos no setor de seguros, notadamente nos planos de saúde privados e nos seguros de vida e acidentes pessoais.

Mas o quadro é mais complexo. É por isso que as recentes ações desencadeadas pelo setor de seguros para contribuir especialmente no campo da educação devem ser recebidas com festa. Num momento de crise como o que vivemos são normais a retração e a diminuição dos investimentos em todas as áreas,

mas principalmente naquelas iniciativas que não tenham efeitos imediatos sobre o faturamento e o resultado.

Ao focar na educação e iniciar e consolidar movimentos para a compreensão do seguro pela sociedade, especialmente nas escolas, o setor está colaborando para melhorar a qualidade de vida do brasileiro, com reflexos óbvios na realidade das classes mais baixas.

“O conhecimento do seguro passa pela disseminação de conceitos mais profundos, sem os quais o próprio negócio é inviável.”

Antonio Penteado Mendonça

Ainda que não tendo os conhecimentos mínimos da dinâmica da sociedade organizada e os recursos para se valerem das ferramentas atualmente oferecidas para melhorar seu nível de proteção pessoal e patrimonial, essas pessoas — em verdade, milhões de brasileiros — serão beneficiadas a médio prazo, como não pode deixar de ser quando se trata de

provocar mudanças sociais profundas, como a erradicação da miséria e a redução da pobreza.

Disseminar a cultura do seguro não é propaganda para vender seguros de vida, garantia estendida ou cobertura para veículos. O conhecimento do seguro passa pela disseminação de conceitos mais profundos, sem os quais o próprio negócio é inviável, mas que, se compreendidos e assimilados pela população, geram as condições indispensáveis para a evolução gradual da realidade socioeconômica.

A base do seguro é o mutualismo. Dito assim, seco, surge a ideia de um fundo criado para fazer frente a uma determinada situação. Mas, numa leitura ampla, o que surge são conceitos morais fundamentais, como solidariedade, cooperação, proteção mútua, divisão dos prejuízos e geração de poupança para custear o desenvolvimento e melhorar a qualidade de vida.

Como se vê, há enorme semelhança entre a definição de sociedade desenvolvida e os princípios básicos da atividade seguradora. Ao assumir uma posição proativa e lançar um programa de educação continuada em seguros, o setor está colaborando para melhorar o nível da educação brasileira e servindo de exemplo para que outros setores econômicos façam o mesmo.