

Mercado de seguros

CORREIO BRAZILIENSE

Brasília, quarta-feira, 2 de dezembro de 2015



Hora de proteger sua vida

Os brasileiros passam por um momento especial. O aumento da renda e o amplo acesso à informação proporcionaram maior interesse por serviços de qualidade, antes ofertados em condições limitadas pelo Estado. O cidadão que observa as dificuldades na saúde, na segurança, no trânsito, na previdência e em diversos segmentos da atividade econômica tem hoje a possibilidade de criar garantias para o futuro dele e da família em todas essas situações. Esta edição especial apresenta o mercado de seguros, previdência privada, saúde suplementar e capitalização, que se expande rapidamente e diversifica seus produtos, apesar das adversidades da crise. As modalidades disponíveis representam tranquilidade aos clientes em situações corriqueiras, como uma consulta médica ou odontológica, ou mesmo em casos complexos, a exemplo do que ocorre com altos executivos de empresas. O mercado segurador auxilia o brasileiro a escolher as melhores condições de exercer a plena cidadania.

MERCADO DE SEGUROS

Ponte para o progresso

O mercado segurador cresce e assume posição cada vez mais relevante na atividade econômica nacional. A ampla e diversificada oferta de produtos também estimula o brasileiro a adquirir disciplina financeira e hábito de poupança

O setor de seguros representa hoje uma importante fronteira para o desenvolvimento de longo prazo do país. Mesmo com a economia em recessão, o mercado segurador deverá crescer este ano em torno de 12%, conforme projeções da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNSeg). Não é pouca coisa, ainda mais se levado em conta o tamanho da reserva administrada pelas empresas do setor, de aproximadamente meio trilhão de reais. Na avaliação da CNSeg, apesar das projeções de Produto Interno Bruto (PIB) negativo para o Brasil em 2016, o mercado continuará puxando o crescimento do país.

Motivos para isso é que não faltam. Apesar de o momento atual ser bastante desafiador, a CNSeg destaca que ainda há muitas oportunidades e, principalmente, espaços a serem explorados pelo setor. Liderada, nos últimos três anos, pelo também presidente da Bradesco Seguros, Marco Antonio Rossi — falecido em um acidente de avião no último dia 11 de novembro —, a Confederação embasa as suas perspectivas com estudos a respeito da penetração do seguro no mercado brasileiro.

Embora a melhoria de renda experimentada nos últimos anos tenha resultado na escalada do consumo de bens duráveis no país, apenas 30% dos veículos que transitam pelas estradas brasileiras possuem algum tipo de cobertura contra roubos e batidas. Já quando o assunto é a proteção de motoristas ou pedestres, os números são ainda menores: só 12% dos brasileiros possuem seguro de vida. Na raíz dessa corrida, com imenso potencial para crescer, está a proteção contra imprevistos em residências. Atualmente, apenas 5% dos lares brasileiros são assurados de alguma forma.

As oportunidades, como demonstram os números, são enormes. "A alavanca de crescimento do setor de seguros é a baixa penetração no país. Isso amplia as oportunidades de expansão dos produtos de seguros, previdência privada, saúde suplementar e capitalização", enumerava Marco Antonio Rossi, em uma de suas últimas entrevistas. Rossi destacava o esforço das empresas seguradoras em informar os clientes sobre as vantagens de

RETORNO PARA A SOCIEDADE

Desempenho do setor de seguros ajuda a alavancar o PIB e melhora a arrecadação

Saúde	Previdência complementar	Abrangência
 Na área da saúde, mais de 72 milhões de pessoas já são atendidas pelo setor privado, que é responsável por cerca de 1 bilhão de procedimentos anuais, entre partos, internações, consultas e exames. Ao todo, as empresas do mercado de saúde pagaram cerca de R\$ 107 bilhões em despesas assistenciais.	 As reservas acumulados da previdência complementar aberta atingiram R\$ 421 bilhões, garantindo o futuro de muitos brasileiros.	 Atualmente, 9,1 milhões de residências e 81,7% dos veículos novos são segurados.
Capitalização	Arrecadação e impostos	Obras públicas
 Em capitalização, são pagos R\$ 4,5 milhões em sorteios por dia útil.	 O setor de seguros é responsável pela arrecadação de aproximadamente R\$ 14 bilhões em impostos e contribuições para a sociedade.	 A arrecadação do seguro garantia de obras públicas registrou crescimento de 14,5% no ano passado.
Vida e acidentes pessoais	Incremento no PIB	
 No último ano, o segmento de vida e acidentes pessoais cresceu 24%.	 Em uma década, a participação do setor segurador no PIB cresceu 37%	

Fonte: CNSeg

Divulgação



Encontro de líderes do mercado segurador: setor forte na economia

constante. O desafio é continuar avançando, inclusive em formação, e capacitação e qualificação dos nossos profissionais", explicou Jayme Brasil Garfinkel, novo presidente da CNSeg (leia matéria ao lado). Um exemplo desse avanço é a criação da certificação CNSeg, que teve provas realizadas no início do mês (leia matéria abaixo).

O desafio é manter os bons resultados. Há 25 anos, a participação do setor no PIB mal chegava a 1%. Desde então, com o desenvolvimento de mercados prioritários como saúde, previdência complementar e capitalização, essa presença já alcança 6% da geração total de riquezas do país.

Para os próximos 20 anos, a meta é dobrar as reservas técnicas dos atuais R\$ 500 bilhões para R\$ 1 trilhão. Para isso, será preciso qualificar não só o profissional de seguros, mas, sobretudo, o consumidor brasileiro. No entendimento da CNSeg, o desafio do setor é contribuir para difundir a cultura da educação financeira no país, como maneira de planejar um futuro com melhor qualidade de vida para a população.

JAYME BRASIL GARFINKEL

Internet/Reprodução



“O trabalho do setor é constante. O desafio é continuar avançando, inclusive em formação, e capacitação e qualificação dos nossos profissionais."

Jayme Brasil Garfinkel, novo presidente da CNSeg

Continuidade na busca pela excelência no mercado segurador

O atual presidente da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNSeg), Jayme Brasil Garfinkel, complementará o mandato de Marco Antonio Rossi, que findará em fevereiro de 2016. Ele assume o cargo empolgado na missão de prosseguir com as diretrizes estabelecidas pela chapa eleita em 2013. Garfinkel era o primeiro vice-presidente da CNSeg antes de ocupar a nova função.

O sucessor de Marco Antonio Rossi pretende dar continuidade à meta da atual gestão de diversificar e consolidar o mercado segurador. "É importante ressaltar, nesse

sentido, o trabalho de Marco Antonio Rossi de unir o mercado de seguros em direção em direção ao seu fortalecimento como importante agente socioeconômico do país", afirma o novo presidente da CNSeg.

Engenheiro formado na Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, Jayme Garfinkel tem especialização em administração de empresas pela Fundação Getúlio Vargas. É presidente do Conselho de Administração e diretor presidente da Porto Seguro Cia. de Seguros Gerais. Ele ingressou na empresa em 1972 e atuou em segmentos como previdência, automóvel, capitalização e serviços de saúde.

Profissionais passam a contar com certificação inédita

“

Penso que a certificação ajudará bastante na carreira, pois agregará valor ao meu currículo e ajudará a me diferenciar no mercado."

Rafael Bastos,
candidato ao exame de certificação realizado pela CNSeg

A exemplo do que ocorre em países como Estados Unidos e Reino Unido, mercados que oferecem diversos tipos de certificação profissional para o setor segurador, o Brasil passou a contar com um exame nacional destinado a qualificar altos profissionais habilitados a atuar na área. A partir de seleções realizadas por instituições de renome internacional, a Certificação Profissional CNSeg (CPC) tem como foco qualificar profissionais para desempenhar cargos superiores nas empresas e instituições do mercado segurador. Idealizada por Marco Antonio Rossi, ex-presidente da CNSeg, a certificação profissional representa um marco na evolução do mercado segurador brasileiro.

As provas para obter a certificação ocorreram no dia 4. Foram, ao todo, 100 questões, distribuídas entre os vários assuntos do universo do setor de seguros. Para ser aprovado, o candidato precisava acertar pelo menos 60% do

sobretudo para quem está fora do mercado. Por isso acredito que, se houvesse um canal para mandar dúvidas pra professores, isso ajudaria bastante os candidatos", observou.

A bibliografia e demais conteúdos cobrados no exame foram oferecidos gratuitamente pela Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida,

Saúde Suplementar e Capitalização (CNSeg), por meio do portal (www.cnseg.org.br). Coordenador de Operações da Icatu Seguros, Rafael Bastos diz que o material disponível foi fundamental durante a preparação. "Foi mais do que suficiente. Ele ajudou muito na hora da prova, e estava bastante aderente em relação ao que foi cobrado no teste", conta.

Rafael preparou-se por dois meses para fazer a prova. Durante esse período, reforçou os estudos de temas que ainda carecem de regulação específica, como sustentabilidade em seguros. "Penso que a certificação ajudará bastante na carreira, pois agregará valor ao meu currículo e ajudará a me diferenciar no mercado", afirma.

CONHECIMENTO UNIFORME

Os objetivos perseguidos por Rafael coincidem com o propósito da certificação lançada pela CNSeg. A realização da primeira etapa do exame servirá para acelerar o progresso dos profissionais do setor e sistematizar o conhecimento específico do mercado segurador, associando a teoria à prática. Nas palavras de Marco Antonio Rossi, a CNSeg implantou a certificação após constatar que o Brasil tem plenas condições de se alinhar a mercados que

possuem uma indústria do setor mais desenvolvida.

É por esse motivo que, entre os conhecimentos cobrados, foi exigido dos candidatos amplo conhecimento de questões como previdência complementar aberta, saúde suplementar e capitalização, além dos aspectos legais e regulamentares que envolvem a legislação e os normativos implementados pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) e pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS).

Com a certificação dos profissionais, será possível uniformizar a base de conhecimento das pessoas envolvidas na comercialização de seguros. Assim, evita-se que o consumidor receba informações desencontradas, e o processo de venda alcança um patamar mais qualificado. Na avaliação da CNSeg, a melhoria da qualificação tem resultado imediato no atendimento mais adequado ao consumidor.

ENTREVISTA / SOLANGE BEATRIZ PALHEIRO MENDES

Mais perto do consumidor

Diretora executiva da CNseg destaca o empenho das empresas seguradoras em estreitar a relação com os clientes, por meio de ouvidorias e de parcerias com diversas entidades. Cartilhas também auxiliam interessados em adquirir um seguro

A expansão do mercado de seguros é uma oportunidade para o consumidor se inteirar da diversidade de serviços oferecidos por empresas do setor e contratar o plano mais adequado ao seu perfil. Nesta entrevista, Solange Beatriz Palheiro Mendes, diretora executiva da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg), ressalta o esforço do segmento em estreitar laços com os clientes. O desenvolvimento de parcerias, seminários, congressos e a divulgação de cartilhas são alguns exemplos citados pela executiva para tornar mais acessíveis as modalidades do mercado segurador.

O que o consumidor deve observar antes de contratar um seguro?

O consumidor deve procurar um corretor ou outro canal de comercialização confiável que possa orientá-lo na escolha do produto mais adequado às suas necessidades. Além disso, é importante certificar-se de que a seguradora possui registro na Superintendência de Seguros Privados (Susep), e, ao ter o contrato em mãos, nunca se esquecer de ler, cuidadosamente, as definições sobre o que é o seguro, para que serve, de que forma agrupa valor ao segurado e quais são as principais coberturas e exclusões.

Quais são as dúvidas mais frequentes em relação aos produtos de seguros oferecidos no Brasil?

As dúvidas costumam ser a respeito de pagamento de indenizações, pós-venda e a contratação do produto em si. Na área de seguro-saúde, há questões mais ligadas à cobertura, como a abrangência geográfica e de procedimentos permitidos, além de reajustes cobrados e prazos de atendimento ao beneficiário.

O que o mercado segurador tem feito para esclarecer essas questões?

As empresas e entidades representativas têm investido muito na organização de eventos como seminários, congressos, workshops, além do desenvolvimento de guias e cartilhas de orientação ao consumidor. Elas explicam, por exemplo, os tipos de reajustes de planos de saúde, além de esclarecer questões importantes, como prazos de atendimento, cobertura e exclusões contratuais.

Como solucionar conflitos com consumidores?

As ouvidorias são o grande canal de solução de conflitos. Adicionalmente, as empresas têm desenvolvido ações com entidades de ensino, de defesa do consumidor, como os órgãos de defesa do consumidor (Procons).

Geyzon Lenín/Esp. CB/D.A Press - 10/10/13



“

As ouvidorias são o grande canal de solução de conflitos. Adicionalmente, as empresas têm desenvolvido ações com entidades de ensino, de defesa do consumidor, como os órgãos de defesa do consumidor e a Secretaria Nacional do Consumidor.”

e a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacor). Em parceria com as federações, também temos investido em cartilhas para combater a desinformação sobre os produtos e prestar demais esclarecimentos que consumidores possam ter.

Quais são as medidas para diminuir o volume de reclamações?

O mercado se empenha em ampliar o volume de informações para o segurado por meio de guias para o consumidor como o de reajuste de preços de planos de saúde, da gestante, do seguro residencial e das ouvidorias, além de ações nas mídias sociais. Há também os guias voltados para as boas práticas do mercado, como o de seguro de automóvel e dos seguros vendidos no varejo. As empresas de seguros têm qualificado os canais de atendimento e, certamente,

esse tipo de ação vem gerando resultados muito positivos.

O que tem sido feito para evitar a judicialização?

Foram adotadas soluções alternativas que dão mais agilidade com efetividade ao atendimento e solução das demandas, como aperfeiçoamento dos Serviços de Atendimento ao Consumidor (SACs) e ouvidorias das empresas, além da adesão ao portal Consumidor.gov.br, que registra queixas de clientes.

Qual é a importância das ouvidorias nesse processo?

Recentemente, a CNseg lançou a *Carta de Compromisso das Ouvidorias* que, entre outros pontos, reforça os pilares de comprometimento do mercado segurador na resolução de conflitos. Entre eles, estão o reconhecimento da importância da preservação do acesso e da qualidade

do atendimento ao consumidor como mecanismo de prevenção, solução e harmonização dos conflitos de consumo de seguros.

Como as seguradoras têm se comunicado com os clientes?

As empresas têm buscado romper a barreira de comunicação com a população mais jovem. Nesse sentido, as informações vêm sendo disseminadas nas redes sociais, por exemplo, por meio de vídeos, portais, fanpages, games, guias e cartilhas on-line.

Que tipo de público a CNseg tem buscado alcançar com essas ações?

As classes C e D. E temos obtido sucesso parcial nesse quesito. A sociedade brasileira começou a ter maior conhecimento e interesse sobre os seguros. Nota-se que o interesse não é concentrado apenas nas classes A e B. Cerca de 70% das pessoas que fazem seguro, hoje, nunca o fizeram antes.

Boa parte das empresas do setor financeiro adota políticas de sustentabilidade, como a gestão de recursos hídricos e práticas sociais de integração com a sociedade. Como a indústria de seguros tem lidado com esses assuntos?

Essa tem sido uma preocupação constante para as seguradoras. Hoje, de cada 10 empresas do setor, quatro mantêm políticas que tratam de questões ambientais, sociais e de governança na política de subscrição de riscos. Desses, a maior parte possuem programas de engajamento de corretores para áreas de sustentabilidade, situação que se reflete na maior capilaridade das ações pelo país. Atualmente, metade das seguradoras atuam em conjunto com políticas oficiais de sustentabilidade dos governos municipais, estaduais e federais, sendo que 50% dessas empresas reportaram essas questões à sociedade nos últimos anos.

Após a crise econômica de 2008, que teve grande impacto sobre as seguradoras norte-americanas, criou-se uma dúvida sobre se as empresas contratadas teriam ou não condições de resarcir o consumidor em caso de sinistro.

É uma preocupação importante, mas é importante deixar claro que o mercado de seguros no Brasil é bastante sólido e possui uma regulação firme e vigilante a esse tipo de risco. Como a maior parte dos compromissos de uma seguradora é com o próprio segurado, a regulação exige que as empresas constituam provisões técnicas, lastreadas nos ativos financeiros, para cobrir compromissos assumidos.

Como o consumidor pode se prever de riscos na contratação de seguros?

A primeira dica é pesquisar bastante, obter informações de outros segurados e nunca se esquecer de conversar com o seu corretor, perguntar a ele se a seguradora que você pretende contratar está demorando a pagar sinistros ou se passou a negar indenizações recentemente. Caso ele lhe diga que alguma dessas situações tem ocorrido, isso pode ser um sinal de que a empresa está passando por dificuldades financeiras. Também é ideal procurar detalhes da saúde financeira da empresa por meio de seus balanços. Entretanto, esses números nem sempre são de fácil compreensão para a maioria dos consumidores, o que pode tornar a tarefa um pouco mais complicada.

“

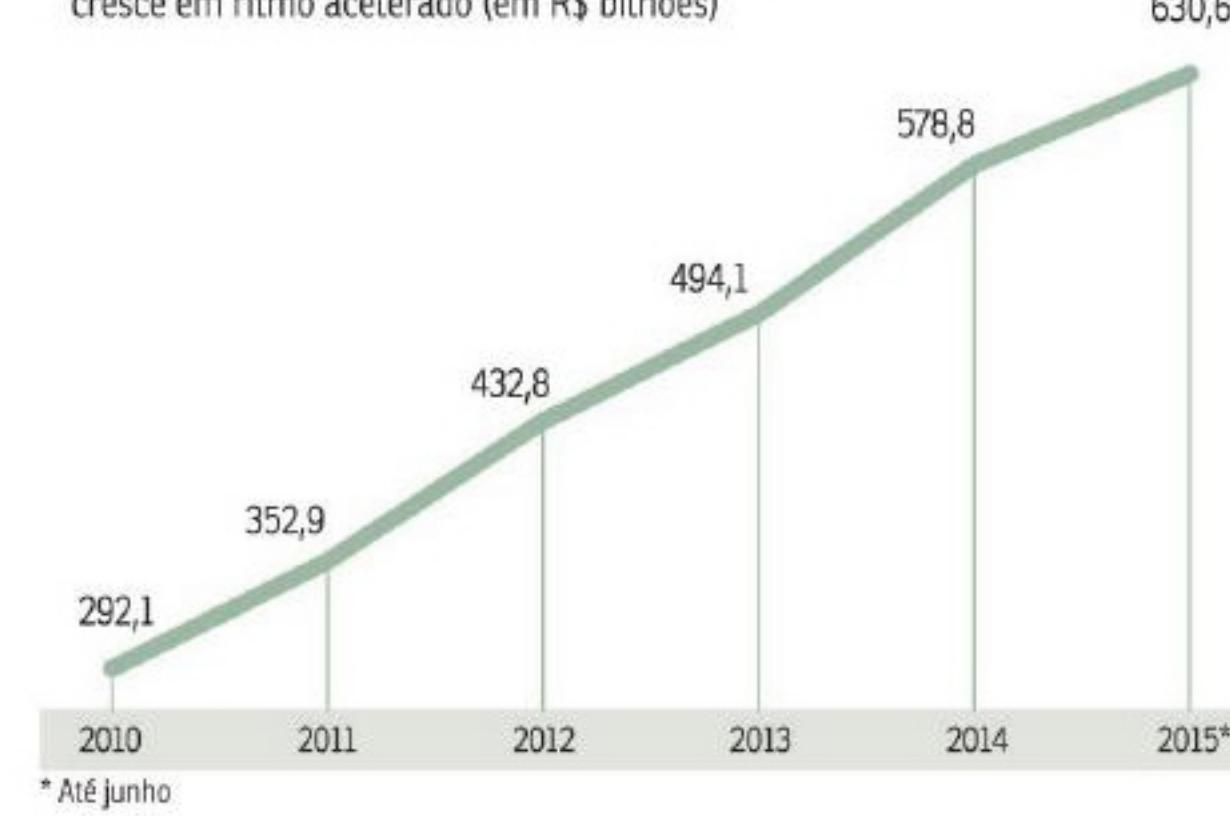
As empresas de seguros têm qualificado os canais de atendimento e, certamente, esse tipo de ação vem gerando resultados muito positivos.”

CRESCIMENTO

O mercado segurador deve crescer cerca de 12% em 2015, apesar do cenário de recessão

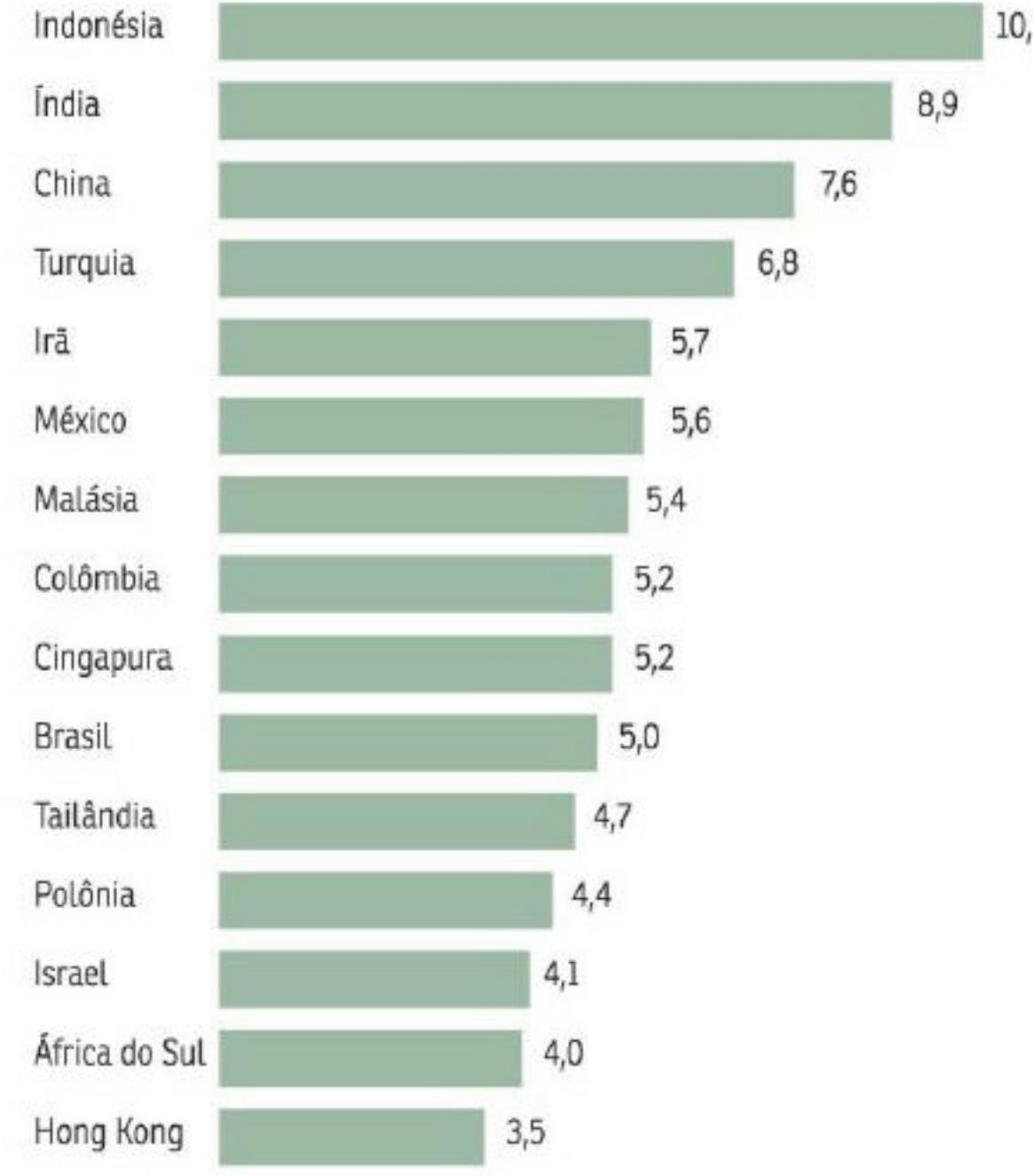
SEGMENTO CONFIÁVEL

Volume de provisões das seguradoras também cresce em ritmo acelerado (em R\$ bilhões)



ESCALA GLOBAL

Expectativa para a taxa de crescimento anual do mercado de seguros até 2025, em %



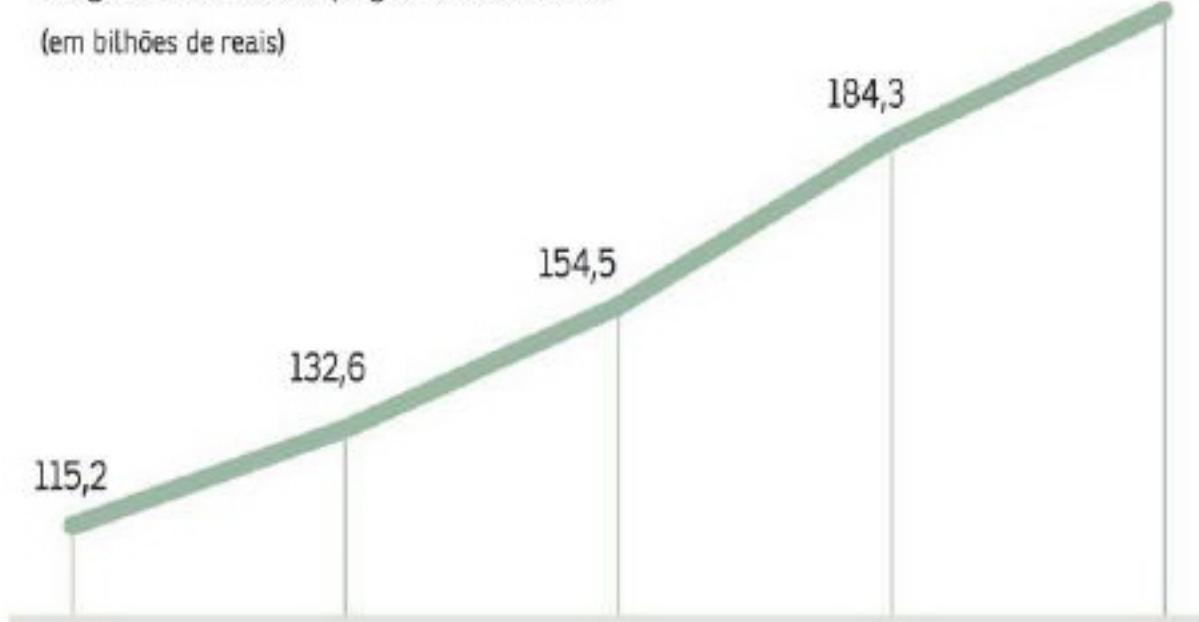
FÔLEGO LONGO

Mesmo com a crise, o mercado de seguros em países emergentes continuará acelerado. Crescimento real em % dos prêmios pagos nos mercados de seguros de vida e propriedade

Região	2014	2015	2016
Mercados Emergentes	11,4	9,4	8,2
América Latina	6,1	3,8	4,9
África Subsaariana	4,3	4,5	5,0
América do Norte	2,3	3,1	1,5
Europa Ocidental	1,6	1,6	1,6
Europa Oriental	-2,1	1,4	3,8
Economias maduras na Ásia e no Pacífico	0,9	2,6	2,4
Mundo	2,8	3,2	2,7

PAGAMENTO DE INDENIZAÇÕES, BENEFÍCIOS, RESGATES E SORTEIOS

Nos últimos cinco anos, o mercado de seguros apresenta uma curva ascendente de indenizações, benefícios, resgates e sorteios pagos à sociedade (em bilhões de reais)



Fontes: CNseg, FenSeg, Munich Re Economic Research, IBGE e Banco Central

MERCADO DE SEGUROS

Para garantir a saúde

Mais de 70 milhões de brasileiros contratam planos privados para receber assistência médica e odontológica em melhor condição. O segmento cresceu a uma taxa média anual de 3,7% nos últimos 10 anos, mas a crise reprimiu a demanda dos consumidores

Geyzon Lenin/Esp. CB/D.A Press - 10/10/13



“É possível atribuir essa retração do mercado a dois fatores principais: o aumento das demissões em setores mais afetados pela crise e o menor dinamismo das grandes empresas.”

Marcio Coriolano, presidente da FenaSaúde

Essa procura pelos planos privados trouxe, em contrapartida, uma significativa assistência médica e odontológica aos titulares e dependentes. Em 2014, as operadoras de saúde contabilizaram R\$114,4 bilhões e avançaram 15,3%, ainda na mesma base de comparação. A análise é da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), com base nos dados da ANS.

1

Essa procura pelos planos privados trouxe, em contrapartida, uma significativa assistência médica e odontológica aos titulares e dependentes. Em 2014, as operadoras de saúde contabilizaram R\$114,4 bilhões e avançaram 15,3%, ainda na mesma base de comparação. A análise é da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), com base nos dados da ANS.

Os planos odontológicos tiveram desempenho relevante, com alta de 15,3% ao ano entre setembro de 2005 e setembro de 2015. “É uma taxa altíssima, ainda mais se considerarmos que a taxa de crescimento demográfico do país foi de 0,8% ao ano, na última década”, afirma Marcio Coriolano, presidente da FenaSaúde.

Os planos odontológicos tiveram desempenho relevante, com alta de 15,3% ao ano entre setembro de 2005 e setembro de 2015. “É uma taxa altíssima, ainda mais se considerarmos que a taxa de crescimento demográfico do país foi de 0,8% ao ano, na última década”, afirma Marcio Coriolano, presidente da FenaSaúde.

Em relação a 2015, a queda na renda das famílias e o crescente índice de desemprego têm reflexos inevitáveis no crescimento

do setor. A consequência disso é que, em setembro deste ano, pela primeira vez na história, o número de beneficiários de planos de saúde médico-hospitalares diminuiu em relação ao mesmo mês do ano anterior, de acordo com a FenaSaúde. Com 164,4 mil clientes a menos, o setor recuou 0,3%. No terceiro trimestre de 2015, a perda foi de 236,2 mil beneficiários, resultando 0,5% pior que o do mesmo período de 2014.

Presidente da FenaSaúde, Marcio Coriolano ressalta pontos importantes na conjuntura. “O que temos observado recentemente é uma redução pequena no número de beneficiários de planos médico-hospitalares. É possível atribuir essa retração a dois fatores principais: o aumento das demissões em setores mais afetados pela crise e o menor dinamismo das grandes empresas.”

Presidente da FenaSaúde, Marcio Coriolano ressalta pontos importantes na conjuntura. “O que temos observado recentemente é uma redução pequena no número de beneficiários de planos médico-hospitalares. É possível atribuir essa retração a dois fatores principais: o aumento das demissões em setores mais afetados pela crise e o menor dinamismo das grandes empresas.”

Dessas duas variáveis, na avaliação do presidente da FenaSaúde, o que preocupa mais são os cortes de vagas no mercado de trabalho. “É importante lembrar que praticamente todos os setores econômicos foram afetados, mas, sobretudo, os que mais sofreram foram aqueles intensivos em mão de obra. É o caso do setor de construção civil. O mesmo aconteceu com as empresas de óleo e gás, que, assim como o setor financeiro, também estão demitindo. Tudo isso impacta no número de beneficiários dos

planos médico-hospitalares”, observa Coriolano.

O segundo motivo da queda no número de beneficiários, atribuído ao menor dinamismo das grandes empresas, não preocupa o setor de saúde suplementar. Isto porque as empresas associadas continuam a registrar crescimento no número de adesões de planos corporativos por pequenas e médias empresas, que começaram a ver as vantagens em contratar planos médico-hospitalares para funcionários. “É um efeito que já vimos lá atrás nas grandes empresas, de oferecer benefícios como plano de saúde e odontológico para reter funcionários. Com a crise, as pequenas também passaram a oferecer esse tipo de benefício”, ressalta o presidente da FenaSaúde.

O segundo motivo da queda no número de beneficiários, atribuído ao menor dinamismo das grandes empresas, não preocupa o setor de saúde suplementar. Isto porque as empresas associadas continuam a registrar crescimento no número de adesões de planos corporativos por pequenas e médias empresas, que começaram a ver as vantagens em contratar planos médico-hospitalares para funcionários. “É um efeito que já vimos lá atrás nas grandes empresas, de oferecer benefícios como plano de saúde e odontológico para reter funcionários. Com a crise, as pequenas também passaram a oferecer esse tipo de benefício”, ressalta o presidente da FenaSaúde.

MERCADO ENFRAQUECIDO

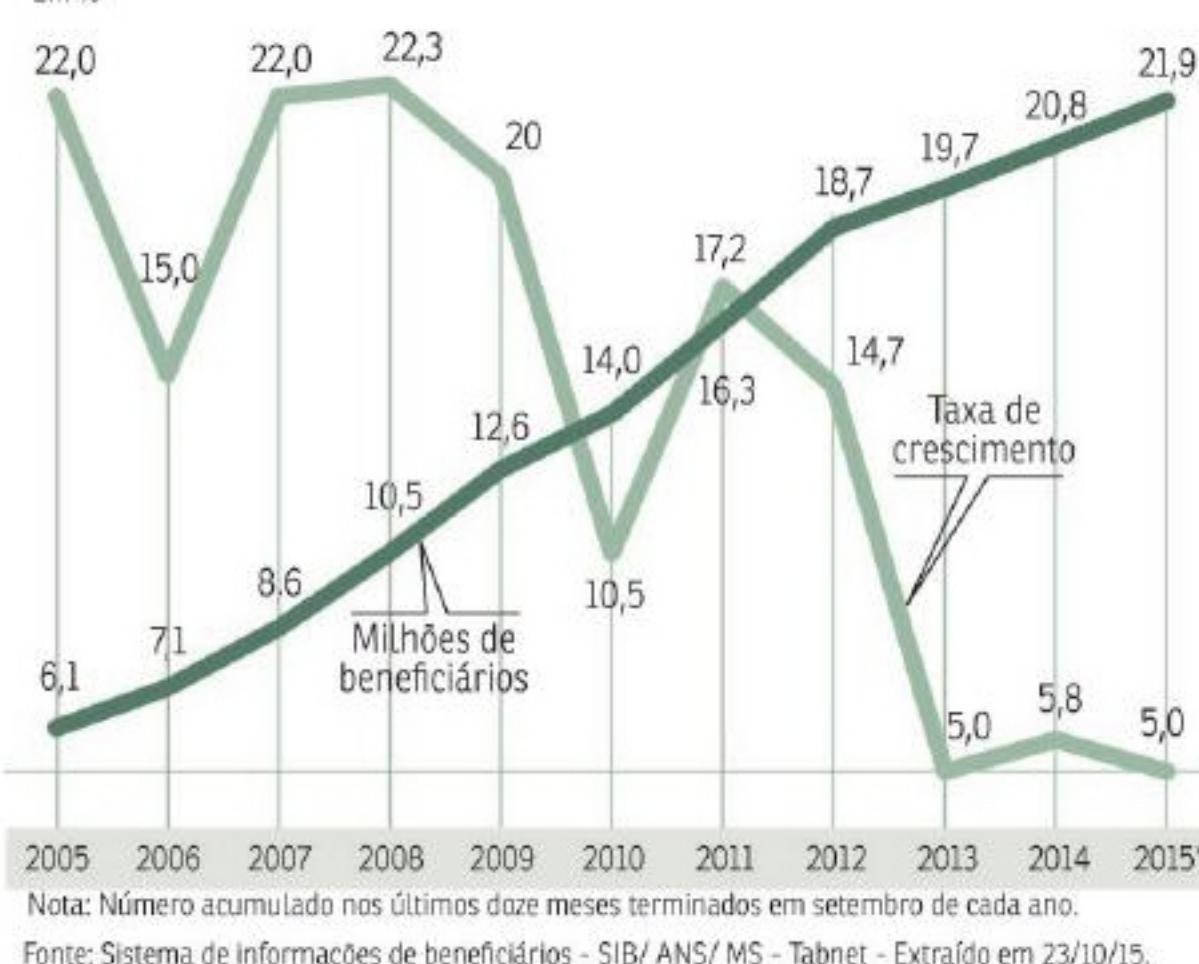
Número de beneficiários de planos privados de assistência médica registrou primeira queda em dez anos.

ACIMA DO PIB



SORRISO RENOVADO

Melhoria da renda incentivou concentração de planos odontológicos, que crescem em menor ritmo



INFLAÇÃO E DESPESA ASSISTENCIAL PER CAPITA

Variação da despesa assistencial per capita na saúde suplementar e IPCA Brasil



50,3 milhões

É o número de beneficiários de planos de assistência médica no país

25,9%

Dos brasileiros possui algum tipo de plano exclusivamente odontológico

1,2 mil

Número de operadoras de planos e seguros de saúde em atividade e com beneficiários no país

R\$ 114,4 bilhões

Total de despesas assistenciais efetuadas pelas operadoras de saúde em 2014

Cai o número de beneficiários

Levantamento da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), com base em dados da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), aponta os impactos da crise no setor. No acumulado de 12 meses seguidos e encerrados em setembro deste ano, o número de beneficiários de planos médicos caiu 0,3%, totalizando 50,3 milhões de vidas. No terceiro trimestre, a queda aumentou para 0,5%, perda de 236 mil beneficiários. Já os planos exclusivamente odontológicos seguiram tendência de crescimento, com aumento de 5,0%, alcançando 21,9 milhões de beneficiários em todo o país.

A desaceleração registrada nos planos médicos pode ser atribuí-
da ao momento econômico do país, em especial à retração do mercado de trabalho e do rendimento real dos brasileiros, resultado de ajustes feitos por alguns segmentos empresariais. A inclusão socioeconômica nos anos re-
centes — com incremento de se-
tores produtivos — esteve entre os principais impulsionadores da Saúde Suplementar.

A tendência de retração dos últi-
mos meses e que persiste neste

quarto trimestre dá uma dimensão do tamanho da perda de beneficiários dos planos de saúde. Apenas no terceiro trimestre, entre julho e setembro deste ano, o segmento de planos médicos hospitalares perdeu 236 mil beneficiários, queda de 0,5% em relação ao trimestre anterior. Dados anualizados mostram a desaceleração do setor. Há um ano, em setembro de 2014, o setor apresentou taxa de crescimento de 2,75% em relação ao ano imediatamente anterior. Essa taxa veio se reduzindo a cada trimestre e foi negativa em setembro deste ano (0,3%). Trata-se da maior redução, em termos anuais, ao longo de toda a série histórica disponível.

A situação se agravou no último trimestre. Todas as modalidades de operadoras do segmento médico-hospitalar (Medicina de Grupo, Cooperativa Médica, Seguradora de Saúde e Autogestão), com exceção da filantropia, perderam beneficiários no período.

Saúde, um ativo

Várias pesquisas demonstram que a saúde é um ativo que as empresas oferecem na hora de contratar colaboradores. Mesmo com a crise, a expectativa é que cada vez mais empresas ofereçam esse tipo de benefício a seus empregados, o que ajudará a elevar a adesão a planos médico-hospitalares.

Perspectivas

O comportamento da economia, naturalmente, tende a afetar o mercado de saúde suplementar. A se manter o ritmo de desemprego dos últimos meses, há uma tendência na redução do número de beneficiários de planos médico-hospitalares. Por outro lado, como hoje o grande setor de crescimento são justamente as pequenas e médias empresas, que demitem menos, esse é um fator de otimismo para o futuro.

Força dos pequenos

Estimativas extraoficiais indicam que as pequenas e médias empresas representam entre 30% e 35% do total de beneficiários do setor de saúde suplementar. Esse número tende a crescer, pois o ciclo econômico atinge de forma mais intensa as grandes empresas de que as pequenas e médias, que devem continuar contratando e ajudando a incentivar os planos médico-hospitalares. A grande maioria das empresas no Brasil tem entre 1 e 4 funcionários. Porém, a maior parte dos empregos está nas grandes empresas.

Crescimento descentralizado

O crescimento dos planos médico-hospitalares é maior nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do que no Sudeste, que ainda concentra o maior número de beneficiários, em termos absolutos. “Atribuímos isso aos avanços econômicos nos últimos anos fora do centro do país. Muitos estados antes considerados pobres receberam projetos grandiosos de infraestrutura, como refinarias, portos e indústrias de transformação. Além disso, os programas sociais implementados pelo governo ajudaram a elevar a renda, principalmente, da população mais pobre, que passou a ter acesso a esse tipo de produto”, explica Marcio Coriolano, presidente da FenaSaúde.

MERCADO DE SEGUROS

Previdência para pequenos

Empresas de pequeno e médio porte demonstram cada vez mais interesse nos planos de previdência privada, que se tornaram atrativos para reter talentos no mercado de trabalho. Aprovação de VGBL Saúde pode impulsionar ainda mais o segmento

A desaceleração da economia e a pisada no freio das grandes corporações, que ampliaram demissões e cortaram investimentos, parecem não assustar as seguradoras de previdência complementar. Em meio à crise, a expectativa do segmento para 2015 é de crescimento de 10,45% — isso num cenário em que o consenso dos analistas econômicos aponta para queda do Produto Interno Bruto (PIB) acima de 3% este ano. Motivos para acreditar em dias melhores não faltam, como sugerem números recentes. Entre janeiro e agosto, os planos de acumulação somaram R\$ 60,8 bilhões em contribuições. Até dezembro, a arrecadação deve alcançar R\$ 87,2 bilhões — ou R\$ 10 bilhões a mais do que em 2014.

Parte desse desempenho se deve ao incremento da procura de empresas, sobretudo de pequeno e médio porte, por planos de previdência para funcionários. "Historicamente, se você olhar para os dados de contratação de produtos de previdência, o setor sempre foi fortemente concentrado em planos individuais. Mas isso está mudando", diz o presidente da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrev), Osvaldo do Nascimento. Nos últimos anos, com a melhoria da economia, a maior escolarização da população e o incremento na renda das famílias, muitas empresas passaram a contratar planos de previdência para seus funcionários. "O resultado é que, hoje, está crescendo o número de planos empresariais", conta.

A exemplo do que ocorre com os planos de saúde empresariais, que em muitos casos acabam sendo encarados como uma remuneração indireta ao funcionário, empresas passaram a oferecer produtos

de previdência complementar como benefícios aos trabalhadores.

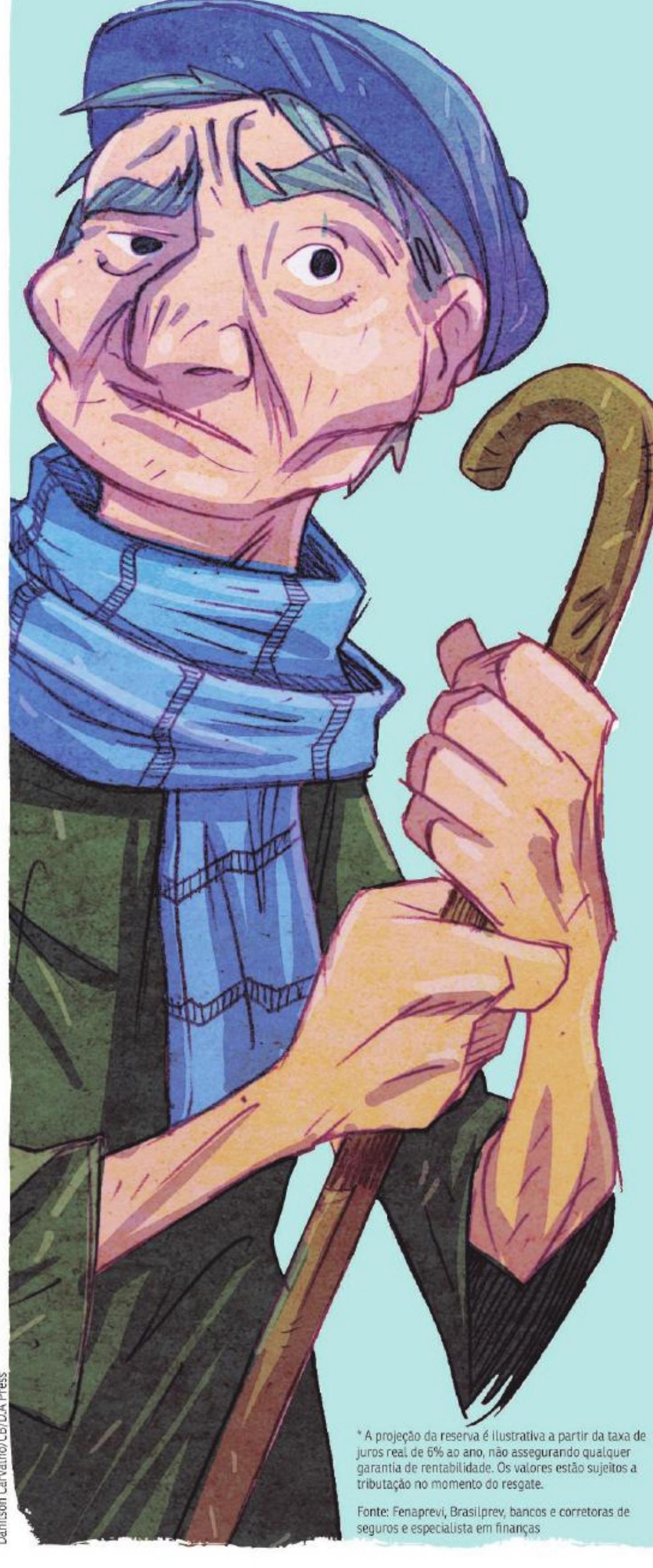
A lógica é simples: além de ajudar a reter talentos, conceder esse tipo de benefício acaba sendo mais vantajoso do que simplesmente elevar o salário do profissional. Isso porque, diferentemente da remuneração básica que consta na carteira de trabalho, os depósitos feitos pela empresa para a previdência de funcionários não são sujeitos ao imposto de renda na pessoa física, e também contribuições para INSS, FGTS etc, por parte da pessoa jurídica.

A maior parte dos planos empresariais são fechados, chamados fundos de pensão. Nesse caso, os aportes são feitos tanto pelo empregador quanto pelo funcionário. Acontece que a maior parte desses fundos têm custo elevado de manutenção e se prestam melhor a pessoas físicas sujeitas ao modelo de declaração completa de ajuste anual do imposto de renda, motivo pelo qual são menos favoráveis à participação de pequenas e médias empresas. "Hoje, a indústria de previdência empresarial é só PGBL. Mas, com a criação do produto VGBL Saúde, que já está avançando no Congresso, a nossa expectativa é que mais empresas participem desse mercado", acredita Nascimento.

Na avaliação dele, a aprovação do projeto permitirá às micro, pequenas e médias empresas, e até mesmo às grandes, oferecer uma opção de previdência para funcionários isentos de pagar Imposto de Renda ou que sejam optantes pelo modelo de declaração simplificada de ajuste anual do IR. "Hoje, as empresas não têm essa possibilidade. Elas basicamente fazem plano de previdência para os profissionais que fazem a declaração completa", reflete.

Proteção privada

Para garantir uma aposentadoria tranquila, brasileiros podem recorrer a planos de previdência privada oferecidos no mercado



* A projeção da reserva é ilustrativa a partir da taxa de juros real de 6% ao ano, não assegurando qualquer garantia de rentabilidade. Os valores estão sujeitos a tributação no momento do resgate.

Fonte: Fenaprev, Brasilprev, bancos e corretoras de seguros e especialista em finanças

Tipos e benefícios

Os planos de aposentadoria podem ser **PGBL** (Plano Gerador de Benefício Livre) e **VGBL** (Vida Gerador de Benefício Livre).

O PGBL é indicado para quem declara Imposto de Renda pelo modelo completo e é tributado na fonte. Para quem faz declaração simplificada ou não é tributado na fonte, o VGBL é o ideal.

Precauções na hora de fechar o plano

- 1 Leia atentamente o regulamento do plano. A assinatura da proposta de inscrição implica a automática adesão aos termos e cumprimento das condições previstas.
- 2 É importante analisar os custos que os planos de aposentadoria cobram do participante. São as chamadas "taxas de carregamento" e "taxas de administração".
- 3 A taxa de carregamento (para bancar as despesas com o plano) é cobrada em cima do valor aplicado mensalmente. A de administração é anual, sobre o valor total da aplicação.

Características de PGBL e VGBL

Rendimento

Em ambos os casos, não há garantia de rentabilidade mínima. Todo o rendimento é repassado ao integrante do plano

Transferências

Podem ser transferidos para outra operadora, desde que seja por um plano similar

Resgate

PGBL — Após 60 dias, poderá haver saque em parcela única ou ser transformado em renda mensal
VGBL — O primeiro saque pode ser feito em período que varie de dois meses a dois anos. Após esse período, a cada 60 dias pode haver resgates

Taxa de carregamento

Tanto no PGBL quanto no VGBL, chega a até 5% sobre o valor dos depósitos. A média de mercado é 3%

Taxa de administração

Varia, na média, entre 1,5% e 2% ao ano

Imposto de Renda

PGBL — Desconto de até 12% de renda bruta tributável do contribuinte no Imposto de Renda
VGBL — Não há dedução de IR. Este é aplicado somente sobre o ganho de capital

Simulações*

Caso uma pessoa queira ter renda vitalícia de R\$ 3,5 mil, quanto deve aportar por mês entre 30 e 65 anos?

Contribuição mensal estimada	R\$ 478,96
Reserva estimada	R\$ 3.500,06

Se quiser pagar R\$ 1,5 mil em um curso universitário de 48 meses para o filho, quanto deve acumular entre os 2 e 18 anos do filho?

Contribuição mensal estimada	R\$ 243,86
Reserva estimada	R\$ 72.002,56

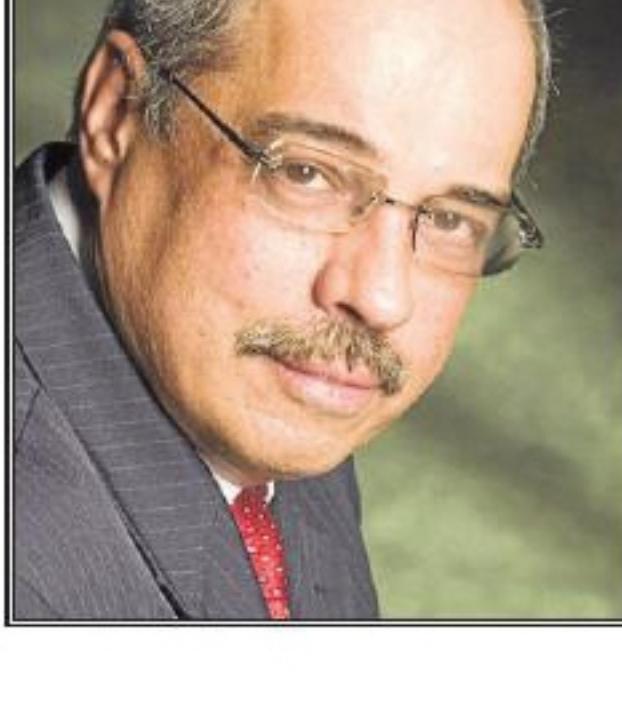
Se desejar ter uma reserva de R\$ 1 milhão aos 60 anos, quanto deve guardar por mês a partir dos 25 anos?

Contribuição mensal estimada	R\$ 756,25
Reserva estimada	R\$ 1.000.009,75

PGBL X VGBL

Oferecidos por bancos, gestoras de fundos e seguradoras, os planos de previdência abertos geralmente são nas modalidades Plano Gerador de Benefício Livre (PGBL) e Vida Gerador de Benefício Livre (VGBL). A diferença entre os dois é a possibilidade de abater 12% da tributação no caso do PGBL, pelo modelo de declaração completa do IR. No VGBL, o imposto é calculado exclusivamente sobre o rendimento do fundo. Já no PGBL, a tributação incide sobre todo o valor aplicado, no momento do resgate.

Arquivo Pessoal



“

Aprovado na Câmara, o VGBL Saúde incentiva a poupança para gastos médicos na aposentadoria.

Osvaldo do Nascimento, presidente da FenaPrev

Danielson Carvalho/CB/D.A. Press

VGBL Saúde avança no Senado

DE OLHO NO FUTURO

Aprovado na Câmara, o VGBL Saúde incentiva a poupança para gastos médicos para aposentadoria

Como funciona

O VGBL Saúde é um plano de aposentadoria que permite destinar recursos acumulados ou do benefício recebido, sob a forma de renda programada, para o pagamento de contraprestações de planos/seguros de saúde, sem a incidência de IR.

Tributação

Assim como os demais planos VGBL, a tributação, no caso de os recursos serem destinados a outra finalidade, poderá ser tanto progressiva quanto regressiva, a depender da escolha do participante quando ao ingresso no VGBL Saúde.

Contribuições

A novidade é a forma como o dinheiro será administrado pelo gestor do VGBL Saúde. Em caso de determinação do participante, na

hipótese de os recursos serem utilizados para o pagamento de plano/seguro saúde, o montante será transferido diretamente para a empresa administradora do plano/seguro saúde.

Resgate dos valores

Os recursos do VGBL Saúde poderão ser utilizados para outras finalidades. Porém, neste caso, os rendimentos estarão sujeitos a tributação de acordo com o regime tributário de alíquotas regressivas ou progressivas escolhido pelo titular do plano.

Mudança de plano

Quem quiser trocar de seguradora poderá requerer a portabilidade para outro plano VGBL Saúde. Não será permitido, porém, migrar os recursos depositados para outro plano de previdência mesmo que seja do tipo PGBL ou

VGBL, tampouco em sentido contrário.

Benefício às empresas

O projeto aprovado na Câmara permitirá às empresas fazer contribuições ao VGBL Saúde sem que o valor seja considerado parte do salário. Isso quer dizer que as contribuições são isentas de imposto de renda na pessoa física e de encargos sociais como INSS, FGTS e outros, na pessoa jurídica, e de imposto de renda na pessoa física.

Durante a aposentadoria

O VGBL Saúde foi pensado para ajudar aposentados a custear gastos com pagamento de contraprestações de plano/seguro saúde, que podem consumir uma parcela considerável da renda das pessoas à medida que elas avançam na idade.

Aprovado no fim de agosto na Câmara dos Deputados, o projeto de lei que cria o VGBL Saúde foi encaminhado em setembro ao Senado e já tramita em caráter normal na Comissão de Assuntos Sociais (CAS). A matéria cria uma modalidade de seguro de vida com cobertura de sobrevida, e que poderá ser voltado, também, para custear despesas com o pagamento de contraprestações de plano/seguro de saúde, inclusive quando a pessoa se aposentar.

De autoria do deputado Lucas Vergilio (SD-GO), o projeto concede isenção de Imposto de Renda (IR) para pessoas que utilizarem rendimentos obtidos com o VGBL-Saúde quando integrados a valores destinados para o pagamento de contraprestações de plano/seguro de saúde. Quem quiser, porém, utilizar os valores acumulados no VGBL-Saúde para outra

finalidade terá de pagar imposto sobre os rendimentos obtidos por uma das formas como tal imposto cobrado nos demais planos de previdência. Nesse caso, as alíquotas do imposto de renda incidentes sobre os rendimentos obtidos serão aquelas previstas nos regimes tributários aplicáveis aos planos de caráter previdenciário, de alíquotas progressivas ou regressivas, na forma pertinente da legislação.

As empresas que quiserem fazer contribuições para seus funcionários também terão reduzida, até o limite previsto na legislação do Imposto de Renda, a base de cálculo para a apuração do lucro real e da contribuição social sobre o lucro líquido.

Quem quiser trocar de seguradora poderá requerer a portabilidade para outro plano VGBL Saúde. Não será permitido, porém, migrar os recursos

depositados para outro plano de previdência, mesmo que seja do tipo PGBL ou VGBL.

A ideia é que, ao custear uma poupança de longo prazo, o futuro aposentado terá um reforço na renda para custear gastos com as contraprestações de plano/seguro de saúde, que podem consumir parte considerável da renda das famílias com o avanço da idade. Outra vantagem do VGBL Saúde é aliviar o caixa do governo nos gastos com a saúde da população. À medida que mais pessoas contratam planos/seguros de saúde, o Estado terá menos despesas para manter o Sistema Único de Saúde (SUS).

No Senado, o projeto que cria o VGBL Saúde terá como relator Romero Jucá (PMDB-RR). Para ser aprovada, a proposta tem de passar por votação em várias comissões e no plenário do Senado.

MERCADO DE SEGUROS

Benefícios da capitalização

Interesse na aquisição de títulos mostra-se crescente, mesmo com a crise econômica. Além de concorrer a prêmios, que podem chegar a R\$ 10 milhões, os proprietários têm a possibilidade de adquirir disciplina financeira

Em um país onde a cultura da poupança é frágil — apenas 32% das famílias brasileiras guardam dinheiro, segundo a Federação Nacional de Capitalização (FenaCap) —, o título de capitalização tem sido importante instrumento na promoção da disciplina financeira. Com 17 milhões de clientes, de variadas faixas de renda, o mercado mostra que flexibilidade é a alma do negócio.

O setor cresce de forma constante desde 2007, com uma arrecadação na ordem de dois dígitos. A exceção foi entre 2013 e 2014, quando a alta foi de 4,2%. Caso se repita em 2015, o resultado será considerado "excelente" pelo presidente da Federação Nacional de Capitalização (FenaCap), Marco Barros. "Tivemos altas fantásticas nos anos anteriores, como em 2013, quando o setor cresceu 26,4%. Mas também estamos sofrendo com a crise econômica", pondera.

O título de capitalização atrai a clientela porque permite ao titular concorrer a prêmios, em valores que podem chegar a R\$ 10 milhões. Os sorteios podem ser semanais, mensais ou anuais, a depender do modelo adquirido. Além de possibilitar um aumento significativo na renda com as premiações, os títulos de capitalização são uma garantia de que o dinheiro depositado ficará seguro e poderá ser resgatado em alguns meses. "Por isso, diferentemente da poupança, que tem sofrido perdas consecutivas nos últi-



mos 12 meses, estamos com crescimento da reserva na ordem de 7,3% na comparação até agosto", comemora José Ismar Torres, diretor executivo da FenaCap. Outra vantagem é que, para adquirir o título, não é preciso ter uma conta bancária. Esse fator, na avaliação de especialistas, pode promover a inclusão dos 39,5% de brasileiros que não têm conta corrente nem poupança.

Os títulos de capitalização são indicados para quem busca disciplina financeira. Eles estabelecem multas se o proprietário sacar o dinheiro depositado antes do prazo previsto. É uma maneira de estimular o cliente a manter o patrimônio. Na modalidade tradicional, o montante fica guardado por 36 meses, em média, e é devolvido integralmente ao fim do período, corrigido pela taxa refe-

17 milhões

Número de clientes, de várias faixas de renda, que têm títulos de capitalização

rencial (TR). Embora o cliente tenha a liberdade de resgatar o dinheiro após o período de carência, caso ele resolva retirá-lo antes do prazo estabelecido, a empresa cobra uma multa, que pode chegar a 10% do valor. A penalidade diminui gradativamente com o passar dos meses, até ficar, segundo Ismar Torres, "quase insignificante".

Como não rende juros e conta apenas com atualização

monetária, o título de capitalização não pode ser considerado um investimento. Mas é uma importante ferramenta para fazer a ponte entre investidor e aplicação financeira. "Primeiro é preciso acumular dinheiro suficiente para fazer um investimento. E aí entra o título, na criação do hábito de poupar", explica o diretor-geral de Capitalização da Bradesco Seguros, Ricardo Alahmar.

O processo é simples. Ao comprar um título de capitalização, os clientes se dispõem a depositar um valor — geralmente o pagamento é feito uma vez por mês, mas há opções de depósito único, por exemplo. Durante o tempo de vigência do título, eles concorrem a prêmios em dinheiro, que são o principal atrativo do produto. Os sorteios, que podem ser semanais, mensais ou anuais, dependendo do tipo adquirido, são o maior estímulo para evitar a desistência ou o resgate antecipado, seguido pelas multas, que fazem com que os clientes pensem duas vezes antes de pegar o dinheiro de volta.

Segundo dados da FenaCap, só no primeiro semestre de 2015, R\$ 485 milhões foram distribuídos aos clientes premiados, o que equivale a R\$ 3,9 milhões por dia útil do período. A premiação mais alta pode chegar a R\$ 10 milhões. Mas, apesar de ter um apelo parecido, há diferenças marcantes em relação à loteria: com o título, as chances de ganhar são mais altas e o dinheiro é devolvido mesmo que o cliente não seja sorteado.

MODALIDADES

O título de capitalização é um produto flexível, que atende a clientes de várias idades, classes sociais e faixas de renda. "Ele é uma solução de negócios com sorteio, porque pode proporcionar diversas facilidades para empresas e pessoas físicas", define José Ismar Torres, diretor executivo da FenaCap. Por serem adaptáveis a diferentes situações, os títulos podem ser divididos em quatro principais modalidades:

TRADICIONAL

Consolidada no mercado e responsável por 83% da arrecadação do setor em 2014 — o equivalente a R\$ 18 bilhões —, a modalidade tradicional segue a receita básica da capitalização: o cliente faz uma reserva, participa dos sorteios e recebe o valor integral de volta ao fim do prazo de vigência. Por isso, é uma boa alternativa para quem não tem disciplina financeira. A garantia locatícia, produto que permite substituir o fiador por um título de capitalização no aluguel de imóveis, integra essa modalidade.



Pela internet, as pessoas podem pesquisar as opções disponíveis, verificar as chances de concorrer a sorteios.

Marco Barros, presidente da FenaCap

POPULAR

Segundo mais rentável do mercado, esse tipo de título respondeu por 12% da arrecadação — quase R\$ 3 bilhões, em 2014. Nela, o foco é a participação em sorteios, não a poupança. Por isso, nem sempre há devolução integral dos valores pagos pelos clientes. Tendo como principal apelo a filantropia, quem opta pela modalidade popular pode repassar o valor do resgate a instituições sociais.



INCENTIVO

Os outros 5% da arrecadação do mercado — o equivalente a pouco mais de R\$ 1 bilhão, no ano passado — vêm da modalidade de incentivo. Solução feita sob encomenda para empresas de segmentos variados, essa modalidade permite a aquisição de séries inteiras de títulos e a utilização de sorteios com o objetivo de atrair clientes.



COMPRA PROGRAMADA

Nessa modalidade, o esquema é o mesmo: acumulação mensal e sorteio de prêmios. O diferencial é que, ao fim do prazo, o cliente pode optar por receber bens duráveis ou serviços previamente acordados em vez de dinheiro.



Incentivo contribui para crescimento do setor

Com a atividade comercial em queda acentuada no Brasil, as empresas têm precisado inovar para atrair clientes e aumentar as vendas. Nessa busca, elas voltam os olhos para os produtos de incentivo, que já correspondem a 5% da arrecadação do setor e, em 2014, geraram R\$ 1 bilhão ao mercado de capitalização.

Diferentemente das demais, essa modalidade foi elaborada para pessoas jurídicas, como grandes varejistas e indústrias. As empresas adquirem uma série inteira de títulos de capitalização, a partir de 10 mil unidades, e os oferecem como brinde aos clientes. "Eles recebem um número da sorte e ficam concorrendo a sorteios durante um período, sem pagar nada por isso. É um benefício para quem fez uma compra no varejo ou pagou o carnê em dia, por

exemplo", explica José Ismar Torres, diretor executivo da FenaCap. "Para as empresas, o valor do investimento não é alto, e os clientes ficam satisfeitos porque participam de sorteios sem qualquer ônus", reforça Torres.

SORTEIO INSTANTÂNEO

Algumas empresas oferecem, ainda, a opção de sorteio instantâneo. Além das premiações mensais, alguns títulos da modalidade de incentivo oferecem aos consumidores a oportunidade de ganhar prêmios imediatamente, quando efetuam a compra. Os clientes tendem a dar preferência para empresas que oferecem esse tipo de vantagens.

Além de solução de negócios, a modalidade de incentivo é um investimento em

marketing, que complementa e pode substituir campanhas, ao agregar valor real por meio dos prêmios. Como ocorre com todos os títulos de capitalização, o processo é simples e sem burocracia. Outro ponto positivo é que a segurança do organizador do sorteio e do consumidor final fica garantida pela empresa de capitalização, que é responsável pelo pagamento dos prêmios.

Márcio Coutinho, superintendente da Capemisa, explica que a modalidade de incentivo é uma solução de negócios especificamente voltada para empresas. "Clientes pessoa jurídica desses títulos podem usar os prêmios da capitalização para promoções comerciais, vender produtos, girar estoques", informa Coutinho. "Serves de oportunidade para alavancar os negócios", completa.

PELO MUNDO



Reino Unido

Desde 1964, a ideia de poupança associada a sorteios tem espaço no Reino Unido. Para pagar as dívidas e recuperar a economia do pós-guerra, o país passou a atrair o capital dos poupadore por meio da possibilidade de ganhar prêmios. O produto teve grande aceitação e foi mantido nos anos seguintes, com adaptações às variadas camadas sociais.



Espanha

Na década de 1990, o banco espanhol BBV adotou um sistema de contas associadas a sorteios periódicos de bens ou dinheiro. A novidade, que teve grande aceitação do público, serviu de inspiração para outros bancos, como o Santander. Os dois foram responsáveis por inserir o sistema em países da América Latina, como México, Argentina, Colômbia e Venezuela.



Estados Unidos

Nos Estados Unidos, os bancos não podem vender produtos associados a sorteios. Consultores da Doorways to Dreams (D2D),

instituição voltada para incentivo à formação de poupança, têm se organizado para mudar essa resolução. A D2D tem trabalhado com base em experiências positivas com títulos vinculados a componentes lotéricos observadas nos estados de Michigan e Indiana.

Indonésia

Em 1986, o BRI, banco especializado em microfinanças, criou um programa de contas associadas a componente lotérico. O sucesso foi imediato e, em 12 anos, o número de depositantes quadruplicou. O público é composto, principalmente, por pessoas de baixa renda.

Alemanha

Os bancos de poupança alemães oferecem contas que permitem que o dinheiro seja depositado entre a conta tradicional ou alocado em títulos lotéricos emitidos pela Associação de Bancos de Poupança. A opção é oferecida desde 1952.

Fonte: FenaCap.

MERCADO DE SEGUROS

Apoio social e ambiental

Diversos títulos de capitalização têm também importante função para a sociedade: depósitos feitos pelos clientes auxiliam iniciativas como recuperação ecológica e tratamento de pacientes com câncer. Adesão aos planos pode ser feita pela internet

Além de permitir acumular o dinheiro e concorrer a prêmios, os títulos de capitalização têm incentivo as pessoas a abraçar causas sociais e ambientais. Por meio do título popular, que é mais em conta e tem os sorteios como prioridade, as pessoas podem reverter o valor do resgate em doações a entidades filantrópicas. "O cliente compra o título, geralmente de valor baixo, e concorre a sorteios, como nas outras modalidades. O diferencial é que, quando acaba o prazo, ele pode optar por doar o dinheiro para uma entidade, em vez de resgatá-lo", explica Ismar Torres, diretor executivo da FenaCap.

Na linha da responsabilidade socioambiental, há opções cada vez mais atrativas para os clientes. A Bradesco Capitalização, por exemplo, oferece títulos socioambientais, que combinam resgate integral com ajuda a uma das causas apoiadas pela empresa. "Cada vez que o cliente compra um título, ele faz a seguradora doar dinheiro a essas instituições. Não sai um centavo do bolso do comprador", explica o diretor-geral de Capitalização da Bradesco Seguros, Ricardo Alahmar.

É possível comprar títulos socioambientais a partir de R\$ 20 mensais, com prazos de 48 a 60 meses de contribuição. Ao adquirir qualquer um deles, os clientes optam por ajudar o Instituto Brasileiro de Controle do Câncer, Amazonas Sustentável, Projeto Tamar ou SOS Mata Atlântica. "A ideia é chamar as pessoas a se envolverem nas causas", ressalta Alahmar.

O perfil social, com efeito, é uma característica importante desse segmento de mercado. "Não fossem os títulos de capitalização, inúmeras instituições sem fins lucrativos teriam encerrado atividades", garante Luciano Graneto Vieira, diretor da InvestCap. A empresa atua em 14 Estados com títulos de capitalização popular, na modalidade de filantropia. Pelas regras fixadas pela Susep, a cessão de resgate vai até o limite de 50% do valor do título.

Uma das entidades beneficiadas por títulos de capitalização da InvestCap é o Hospital Amaral Carvalho, referência internacional no tratamento de pacientes com câncer de medula óssea. Como o tratamento contra o câncer é de alto custo, o hospital de Jaú (SP) encontrou nos títulos de capitalização uma fonte de recursos de extrema importância

Alexandre Pottes Macedo/Divulgação



Arquivo pessoal



“

Cada vez que o cliente compra um título, ele faz a seguradora doar dinheiro a essas instituições. Não sai um centavo do bolso do comprador.”

Ricardo Alahmar, diretor-geral de Capitalização da Bradesco Seguros

Projeto SOS Mata Atlântica, uma das iniciativas beneficiadas por títulos de capitalização: recursos contribuem para desenvolvimento social

Fundação Amaral Carvalho/Divulgação



Médicos do Hospital Amaral Carvalho fazem procedimento dermatológico: capitalização voltada para a saúde

Facilidade digital

Um fator que tem contribuído para o crescimento do setor de capitalização é a possibilidade de venda remota, pela internet. Há mais de dez anos, é possível adquirir um título sem sair de casa e sem burocracia, por meio do site das empresas, máquinas de autoatendimento ou aplicativos para celulares e tablets.

Todo o procedimento é feito online. "Pela internet, as pessoas podem pesquisar as opções disponíveis, verificar as chances de concorrer a sorteios, escolher o método de pagamento e se querem pagar de uma vez ou mensalmente", explica Marco Barros, presidente da FenaCap. Para ele, esse é um facilitador importante, que tem alavancado as vendas do setor.

Segundo o diretor-geral de Capitalização da Bradesco Seguros, Ricardo Alahmar, quase 11% da comercialização da área de Capitalização da Bradesco Seguros é online. Entre janeiro e setembro de 2015, informa Alahmar, mais de 35 mil títulos foram comercializados por meio de internet banking, telefone e máquinas de autoatendimento.

Google/Reprodução



“

Para nós, (o título de capitalização) tem sido fundamental porque ajuda no apoio social. Não se faz combate ao câncer sem apoio social.”

Antonio Luís Navarro, diretor-presidente do hospital Amaral Carvalho (SP)

Humberto Souza/Divulgação



“

A tendência desse produto (garantia locatícia) é substituir as tradicionais figuras da fiança e da caução e, em menor proporção, do seguro fiança.”

Marcos Coltri, diretor da Brasilcap

Títulos oferecem opção segura em aluguel

Encontrar um fiador pode ser um processo cansativo. Ter imóvel quitado na mesma cidade em que o inquilino pretende alugar o imóvel e renda mensal que permita arcar com até quatro vezes o valor do aluguel são alguns dos requisitos que tornam essa tarefa ainda mais difícil em tempos de crise, quando as pessoas têm evitado assumir compromissos financeiros.

Pensando nisso, entre as alternativas facilitadoras do título de capitalização, uma que tem sido cada vez mais procurada é a garantia locatícia. Apesar de estar há 10 anos disponível nas empresas de capitalização, só recentemente o produto tem sido mais difundido. "O mercado está amadurecendo e as pessoas estão conhecendo e falando mais sobre o produto, o que reflete bastante na procura", explica o diretor-geral de Capitalização da Bradesco Seguros, Ricardo Alahmar.

Entre janeiro e julho, a reserva relativa a título de capitalização

para esse fim cresceu 7,8%, segundo a Federação Nacional de Capitalização (FenaCap). São mais de R\$ 900 milhões de reais garantindo alugueis no país inteiro. Em janeiro, esse número ficava abaixo da metade: pouco mais de R\$ 400 milhões. Entre pessoas físicas e jurídicas, mais de 9 mil contratos já são garantidos por meio de título de capitalização no Brasil. "Com certeza ainda vai crescer muito nos próximos meses", acredita José Ismar Torres, diretor executivo da FenaCap.

Além do aumento da divulgação sobre a possibilidade, Torres ressalta que o crescimento também pode ser explicado pela mobilidade social. "Nos últimos anos, muita gente foi incorporada ao mercado de trabalho e à economia formal. Normalmente, essas pessoas não têm imóveis

para dar em garantia e não cumprem os requisitos para serem fiadoras", explica. Exigências que, com a possibilidade de usar o título de capitalização, se tornaram dispensáveis.

Outro atrativo do produto é a possibilidade de participar de sorteios, mensais ou semanais, com prêmios em dinheiro. "É como se a pessoa fizesse uma poupança e ficasse concorrendo a sorteios durante o período do contrato de aluguel", ressalta André Lauzana,

Nesse sentido, a burocracia mínima é um dos fatores que têm motivado a escolha pelo título como garantia de aluguel. Em uma decisão entre imobiliária, inquilino e proprietário é estipulado um valor, que é depositado no banco. Não há limite mínimo ou máximo, mas as imobiliárias costumam sugerir montantes equivalentes a até 10 alugueis. "Se os três agentes entenderem que o valor é robusto e suficiente para garantir a locação, o negócio é feito", explica André Lauzana, vice-presidente da SulAmérica Capitalização. Ao fim do contrato, renovável geralmente a cada 12 ou 15 meses, o locatário recebe todo o dinheiro de volta, corrigido pela Taxa Referencial (TR).

Outro atrativo do produto é a possibilidade de participar de sorteios, mensais ou semanais, com prêmios em dinheiro. "É como se a pessoa fizesse uma poupança e ficasse concorrendo a sorteios durante o período do contrato de aluguel", ressalta André Lauzana,

da SulAmérica Capitalização. As premiações dessa modalidade de título são semanais e podem chegar a cinco vezes o valor que foi colocado como garantia. Ou seja, se a pessoa depositou dez alugueis de R\$ 2 mil, concorre a R\$ 100 mil toda semana.

"NÃO CONHECIA NINGUÉM"

A garantia locatícia é um produto que vem crescendo muito como opção especialmente para pessoas que se são transferidas por suas empresas para outras praças do país. Segundo Marcos Coltri, diretor da Brasilcap, "a tendência desse produto é substituir as tradicionais figuras da fiança e da caução e, em menor proporção, do seguro fiança".

A cobertura média varia entre três a oito vezes o valor do aluguel. Seu benefício maior é de ser revertido integralmente corrigido ao tomador imediatamente ao fim do contrato firmado entre locador e locatário.

Adepto do título de capitalização, o tradutor Mustafa Goktepe, 38, não se arrependeu de ter aberto mão do fiador quando se mudou para Brasília, em 2013. "Não conhecia ninguém na cidade. Cogitei outros tipos de garantia, mas sairiam muito mais caros e quase sempre sem retorno. Não valia a pena", pondera. No caso do seguro-fiança, por exemplo, o fato de o inquilino não retornar o dinheiro ao fim do contrato peca na eliminação.

Outro benefício do título é incluir assistência residencial ao inquilino. Serviços de encanador, eletricista, chaveiro, help desk, entre outros, são integralmente cobertos, a qualquer momento durante a vigência do contrato. Em algumas empresas de capitalização, é possível obter até descontos em farmácias. A intenção é não deixar que as pessoas fiquem desamparadas, já que muitos dos que optam pelo título foram morar em uma cidade desconhecida.

Marcos Coltri, diretor da Brasilcap

MERCADO DE SEGUROS

Da casa própria ao automóvel

Seguros massificados são voltados para o grande público e registram um crescimento importante, mesmo em tempos de crise. Ao contrário do que muitos pensam, a cobertura residencial não está vinculada ao valor do imóvel

Os seguros massificados são responsáveis por proteger patrimônios específicos, como automóveis, residências, e até mesmo bens semiduráveis e eletroeletrônicos. "São voltados para a massa, por isso têm uma quantidade muito grande de segurados que adquirem esse tipo de proteção", explica o presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Paulo Marraccini.

Por serem interessantes a praticamente todos os brasileiros, esses segmentos têm grande potencial de crescimento entre os produtos do mercado segurador. A avaliação é comprovada pelos resultados do setor, que, apesar da crise econômica, mostra crescimento de 6,5% nos nove primeiros meses de 2015, na comparação com o mesmo período do ano passado. A arrecadação do mercado de seguros gerais foi de R\$ 60,6 bilhões, em 2013, para R\$ 65,3 bilhões, em 2014.

O número é expressivo, ainda mais quando comparado ao desempenho dos demais segmentos da economia. Mas não tão animador como o dos anos anteriores, quando ficava sempre acima de dois dígitos — padrão que foi quebrado, pela primeira vez, em 2014.

A margem de crescimento nos seguros massificados ainda é grande. Basta observar que 65% dos brasileiros não contam com nenhum tipo de seguro. Há 58 milhões de residências sem cobertura e 38 milhões de automóveis desprotegidos.

CUIDANDO DO IMÓVEL

O seguro residencial é uma modalidade com grande potencial de crescimento. Apesar de ser responsável pelo pagamento de R\$ 2,2 bilhões em prêmios por ano, o equivalente a até 0,5% dos capitais asssegurados, em média, o produto tem muito espaço a conquistar no mercado. Dos 68 milhões de domicílios no Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apenas 9,1 milhões (13,3%) contrataram o produto. "A base de cobertura dá uma clara imagem do potencial do mercado e confirma a

Minervino Junior/CB/D.A Press - 5/5/15



Os seguros residenciais e habitacionais, ainda pouco conhecidos dos brasileiros, oferecem garantias para preservar o imóvel e evitar danos ao patrimônio

RESIDENCIAL E HABITACIONAL

O seguro residencial é contratado, por opção do consumidor, para cobrir eventuais danos ao imóvel. O habitacional destina-se à garantia do prédio e é obrigatório em todos os financiamentos de imóveis.

condição de país subsegurado em ramos elementares", afirma Paulo Marraccini, presidente da FenSeg.

Acostumados com o seguro de carros, cujos preços costumam variar entre 3% e 5% do valor do veículo, os consumidores têm uma ideia errônea sobre os equivalentes residenciais. "As pessoas imaginam que o residencial também ficará nessa faixa, mas em relação ao preço do imóvel. Mas, na realidade, é um décimo do que se paga pelo de carros", esclarece o presidente da FenSeg. "Desmistificar isso é um dos desafios na área, porque confunde-se o produto com o seguros habitacional e condominial obrigatórios", detalha Marraccini. Para ele, o grande trunfo do seguro residencial é o valor reduzido. Na média, um bom seguro de residência custa R\$ 250 por ano. Valor suficiente para pro-

teger os proprietários de desembolsos que podem sair caros, como as despesas de reconstrução do imóvel danificado ou destruído por incêndios, queda de raios e danos elétricos.

Além dessas garantias, o seguro oferece coberturas adicionais, como despesas de aluguel, se houver dano que torne o imóvel incapaz de ser habitado; danos de causas naturais, como vendaval, furacão, tornado, queda de granizo e desmoronamento, roubo e furto de

bens; e responsabilidade civil familiar, por exemplo.

Além da falta de conhecimento sobre o preço acessível do produto, um problema frequente é a confusão com o seguro habitacional. Para esclarecer essa e outras questões, a FenSeg tem investido em guias práticos voltados para as seguradoras e cartilhas para os consumidores. A ideia é explicar, passo a passo, o procedimento para adquirir um seguro e como usá-lo da melhor forma.

Geyzon Lenin/Esp. CB/D.A Press - 10/10/13



A base de cobertura dá imagem do potencial do mercado e confirma a condição de país subsegurado."

Paulo Marraccini, presidente da FenSeg

Seguro de garantia estendida

Utilizado para ampliar o prazo da garantia legal e contratual de produtos como eletrodomésticos, eletroportáteis, eletrônicos e celulares, o seguro de garantia estendida está presente em 100 milhões de itens vendidos pelo varejo. Em 2014, a modalidade injetou R\$ 3,1 bilhões na receita das seguradoras, alta de 7% frente a 2013. A expectativa da CNSeg é que 34 milhões de consumidores adquiriram o produto este ano.

Ao aceitar o seguro de garantia estendida, o cliente recebe um bilhete, que equivale a uma apólice, no qual constam o prazo e o tipo de cobertura contratado. Caso necessite acionar o seguro, ele deverá entrar em contato direto com a empresa seguradora para reparo ou troca do produto danificado.

As redes varejistas estão habilitadas a comercializar o produto em nome da empresa que oferece a cobertura extra. Porém, ele só comece a valer após o fim do prazo da garantia legal e contratual do produto. Antes desse período, a responsabilidade pela troca é do fabricante.

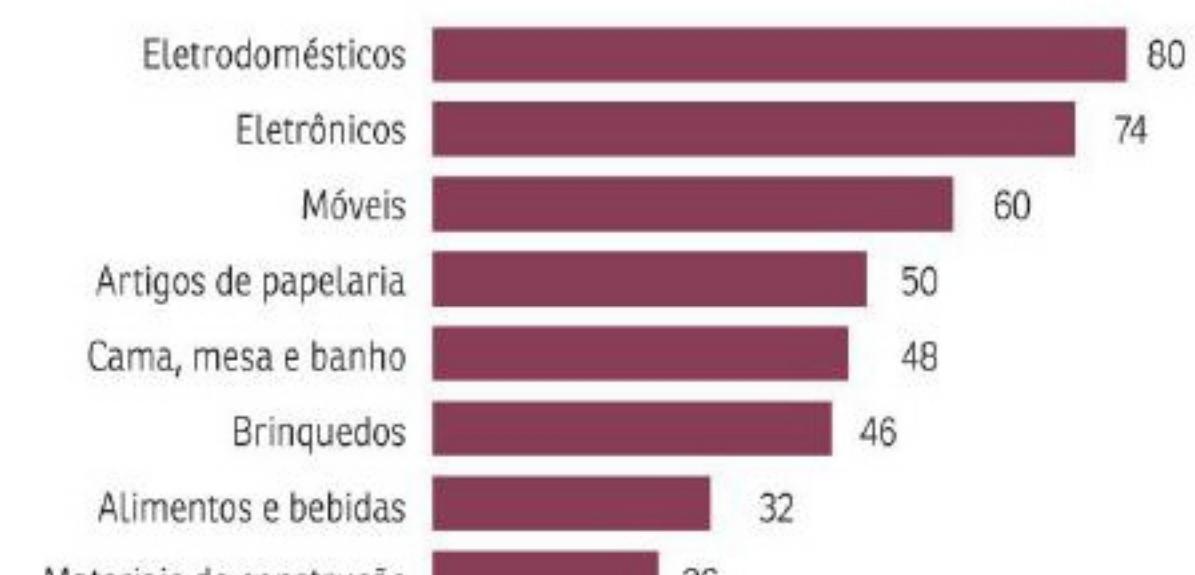
É preciso ficar atento às proibições relativas ao produto, como a renovação automática do seguro sem o consentimento do cliente, e a venda casada — quando o varejista condiciona a compra do produto à contratação do seguro. A concessão de descontos no preço dos produtos para aquisição do seguro é ilegal.

ALÍVIO PROLONGADO

Seguro de garantia estendida está presente em 100 milhões de produtos vendidos pelo varejo

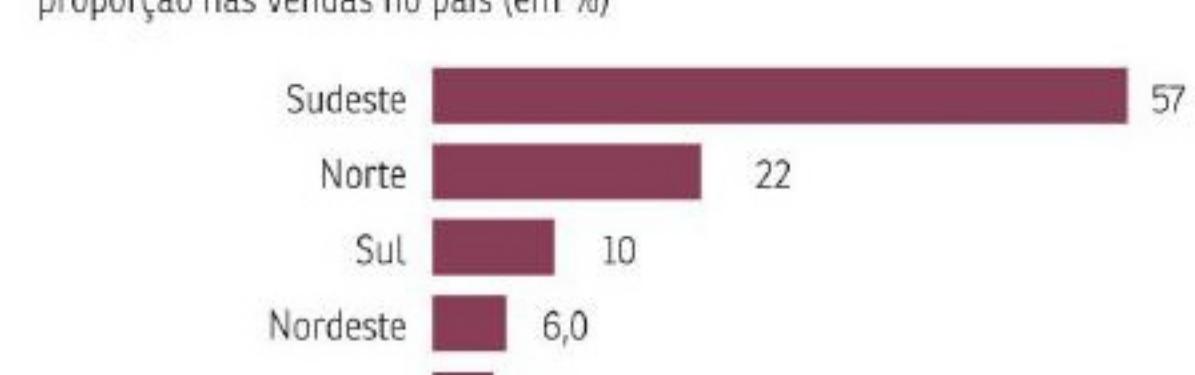
PROTEGIDOS

Tipos de produtos mais comercializados com seguros (cobertura por unidades vendidas, em %)



DE NORTE A SUL

Contratação* do seguro de garantia estendida como proporção nas vendas no país (em %)



*Em 2013

100 milhões

Número aproximado de certificados ativos do seguro garantia estendida no Brasil

13 mil

Quantidade de pontos de venda especializados nesse tipo de produto financeiro

R\$ 3,1 bilhões

Receita das seguradoras em 2014 com a garantia estendida — alta de 7% frente 2013

34 milhões

Número estimado de consumidores que deverão adquirir o produto apenas este ano

2,1 milhões

Número de sinistros desse tipo de seguro, média que se mantém nos últimos quatro anos

Claudio Reis/Esp. CB/D.A Press



A servidora Tereza Borges se arrependeu quando não renovou o seguro do carro: "Foi uma experiência ruim"

O seguro mais conhecido

O seguro massificado mais conhecido pelos brasileiros é o de automóveis. O receio de ver um patrimônio conquistado com esforço sofrer algum tipo de dano motiva milhões de consumidores a optarem por essa modalidade. "Dá uma tranquilidade saber que euteria quem recorrer caso aconteça algum acidente", conta a funcionária pública Tereza Borges, 48 anos. Há mais de 20 anos ela procura manter o seguro do carro.

Uma experiência ruim convenceu Tereza Borges de que é desaconselhável abrir mão dessa facilidade. "Eu morava em uma cidade de interior, e, como não tinha acontecido nada com o carro durante o ano em que paguei, resolvi não renovar o seguro",

lembra a motorista. Em pouco tempo, a funcional pública se arrependeu da decisão. Uma semana depois do vencimento do contrato, um motociclista alcoolizado furou o sinal vermelho e bateu no carro de Tereza Borges. O acidente redundou em perda total do veículo. Sem nenhum resarcimento e com os escombros vendidos para o ferro-velho, Tereza decidiu nunca mais ficar sem seguro. "Foi uma experiência muito ruim, que não quero repetir", desabafa. Para ela, o seguro se tornou um item indispensável.

Diversos fatores influenciam no preço da apólice do seguro de veículos. Uma das principais variáveis consideradas pelas seguradoras na hora da contratação é o

perfil do motorista. Condutores com menos experiência acabam se tornando um risco maior, por se envolverem em mais acidentes. Para eles, o seguro sai mais caro.

Outro critério levado em conta na precificação da apólice é o índice de violência na região de residência do proprietário do veículo. O aumento no índice de roubo e furto de carros no local tem impacto nas carteiras de clientes das seguradoras e pode tornar o valor da apólice mais alto.

Contudo, se o veículo tiver acessórios de segurança, o seguro pode ficar mais em conta. Alarmes sonoros, travas de segurança, rastreadores e outros equipamentos contribuem para descontos aos clientes.

perfis do motorista. Condutores com menos experiência acabam se tornando um risco maior, por se envolverem em mais acidentes. Para eles, o seguro sai mais caro.

Outro critério levado em conta na precificação da apólice é o índice de violência na região de residência do proprietário do veículo. O aumento no índice de roubo e furto de carros no local tem impacto nas carteiras de clientes das seguradoras e pode tornar o valor da apólice mais alto.

Contudo, se o veículo tiver acessórios de segurança, o seguro pode ficar mais em conta. Alarmes sonoros, travas de segurança, rastreadores e outros equipamentos contribuem para descontos no preço dos produtos para aquisição do seguro é ilegal.

100 milhões

Número aproximado de certificados ativos do seguro garantia estendida no Brasil

13 mil

Quantidade de pontos de venda especializados nesse tipo de produto financeiro

R\$ 3,1 bilhões

Receita das seguradoras em 2014 com a garantia estendida — alta de 7% frente 2013

Fonte: CNSeg

MERCADO DE SEGUROS

Desmanche dentro da lei

Seguradoras estão otimistas com a norma federal que combate o comércio ilegal de peças de automóveis, prejudicial para todo o setor. A expectativa é que a regulamentação permitirá o barateamento no valor das apólices, passada a fase aguda da crise

No Brasil, um carro é roubado a cada minuto. Essa realidade é ainda mais impressionante se detalharmos o impacto da criminalidade no cotidiano dos brasileiros. Em 2014, mais de 500 mil veículos foram alvo de bandidos. Mais da metade deles, 53%, foram recuperados. O restante, 47%, foi destinado a desmanches ilegais. Isso significa que quase três meses de produção da indústria automobilística se extraviaram para o comércio ilegal. A fim de combater essa atividade ilícita, entrou em vigor, em maio deste ano, a lei federal que visa regular a desmontagem de veículos. Baseada em uma legislação similar existente desde 2003 na Argentina — que resultou em diminuição de 50% nos furtos de veículos em um ano —, a norma brasileira ainda precisa ser regulamentada pelos estados para funcionar plenamente.

A lei prevê que, para desmontar veículos e revender peças, as empresas precisarão ter registro no Departamento de Trânsito (Detran) e na Secretaria de Fazenda, que regulamentarão a atividade de desmanche. As placas dos carros deverão ser recolhidas, e as peças, cadastradas de acordo com a origem. "Quando a lei entrar em vigor em todo o Brasil, quem tiver peças sem essa verificação poderá ser enquadrado como receptor", alerta o diretor executivo da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Neival Freitas. Como o mercado ilegal deixará de ser lucrativo, o número de furtos e roubos de veículos certamente terá queda, apostam os especialistas.

Medidas regulatórias são necessárias e urgentes, dada a dimensão do mercado clandestino. Pouco mais de metade (270 mil dos 516 mil carros) que foi alvo de criminosos em 2014 acabou recuperada, de acordo com a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNSeg). Do restante, a maioria teve as partes

Breno Fortes/CB/D.A Press - 18/3/11



Um carro é roubado a cada dois minutos e meio: a regulamentação da desmontagem de veículos impõe forte restrição ao mercado ilegal de peças e à recepção de produtos clandestinos

vendidas em oficinas ilegais. "Hoje em dia, por falta de opção, quem tem carros抗igos e pouco poder aquisitivo acaba recorrendo ao mercado negro para conseguir trocar peças", pontua Freitas.

Com o desmanche regularizado, as empresas poderão oferecer assistências mais em conta para esse público, já que o acesso às peças — todas legalmente cadastradas — será facilitado. Outro ponto positivo é a possibilidade da criação de seguros populares para carros com mais de cinco anos de fabricação, "que terão condições acessíveis e preços bem mais baixos que o tradicional", garante o diretor executivo da FenSeg. O produto atingiria mais de 20 milhões

de automóveis que estão totalmente desprotegidos atualmente. A médio e longo prazos, o desenvolvimento do setor de autopeças e seguros ajudará a criar empregos e aumentar a arrecadação de tributos, além de alavancar o crescimento econômico do país.

BENEFÍCIOS AMBIENTAIS

Um benefício decorrente da lei é o controle do descarte dos resíduos sólidos e líquidos dos veículos, ponto positivo para o meio ambiente. Nos desmanches ilegais, os resquícios são descartados sem acompanhamento devido, o que prejudica a saúde do solo. Economia de energia e

materia-prima da natureza, em função da reciclagem dos materiais já disponíveis, é outro fator que faz com que a lei tenha boa aceitação por parte da sociedade. "Não há ponto algum que prejudique qualquer setor. Apenas os ladrões de carro saem perdendo", ressalta o diretor executivo da FenSeg.

As empresas de desmanche de carros que desrespeitarem as exigências da lei estarão sujeitas à multa de R\$ 2 mil a R\$ 8 mil, a depender do grau da infração. O valor dobrará caso haja reincidência dentro de um ano. Se as penalidades passarem de R\$ 20 mil em 12 meses, o local ficará proibido de receber partes de carros ou o próprio veículo durante três meses.

Arquivo Pessoal



"
"Não há ponto algum que prejudique qualquer setor. Apenas os ladrões de carro saem perdendo."

Neival Freitas,
diretor executivo da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg)

Redução de furtos e roubos em São Paulo

Em São Paulo, onde a lei estadual de mesmo teor está em vigor desde julho de 2014, os resultados são animadores. No primeiro ano, foram fechados 700 desmanches irregulares no estado, de acordo com o Departamento de Trânsito de São Paulo (Detran/SP).

Em decorrência da lei, o número de roubos e furtos de carros também vem caindo a cada mês. Até junho deste ano, São Paulo teve redução de 18% nesses crimes, o que equivale a uma queda de 5% em âmbito nacional. A projeção da FenSeg é que, no Brasil, até o fim do ano, sejam roubados 26 mil carros a menos que no ano passado.

No estado, a lei está em fase de aprimoramento. Em outubro, o governo paulista lançou um aplicativo que permite aos compradores identificar a origem das peças compradas. O objetivo é garantir que elas não venham de carros roubados. A ferramenta é simples: por meio do código etiquetado à peça, os compradores têm acesso a informações que provam a legalidade do produto. É possível verificar qual é o carro de origem, o nome da empresa que o desmontou e o documento de baixa do Detran. Em caso de irregularidades, as denúncias podem ser feitas pelo próprio aplicativo.

Marcelo Ferreira/CB/D.A Press - 20/8/09



Desmanche no Distrito Federal: resquícios causam danos ao solo

Seguros ficarão mais baratos

A lei terá reflexos inegáveis no mercado de seguros, a começar pelo preço das apólices. Com a queda nos riscos de roubos e furtos, a expectativa é de que os seguros fiquem mais baratos. Mas há outros fatores, de ordem econômica, que retardam a redução nos valores. Com o dólar nas alturas, as peças importadas ficaram 30% mais caras, em média — gasto extra que precisa ser repassado aos clientes. Por conta da inflação, o custo da mão de obra também tem crescido este ano. Segundo o presidente da FenSeg, Paulo Marraccini, o aumento gira em torno de 10%.

No atual contexto econômico, a consequência da lei é a diminuição nos repasses desses custos a mais aos clientes. "Os contratos não puderam ficar mais baratos este ano por causa da

crise. Mas, quando a situação acalmar, daqui a alguns meses, certamente, teremos espaço para reduzir os preços", garante Marraccini, que tem boas expectativas para 2016.

Outro fator que pode influenciar na queda dos preços dos seguros é a redução no número de fraudes. "A falsa declaração de roubo é muito expressiva atualmente. As pessoas levam veículos para desmanche, vendem as peças para o ferro-velho e, depois, declaram que o veículo foi roubado ou furtado", explica Neival Freitas. Como, com a lei em vigor, o desmanche só poderá ser feito por empresas credenciadas no Departamento de Trânsito (Detran) e na Secretaria de Fazenda, esse tipo de golpe será inibido, assim como os riscos para as empresas seguradoras.

Nos oito primeiros meses deste ano, o faturamento dos seguros de automóveis chegou a R\$ 21,5 bilhões, valor que corresponde a 46,1% do total arrecadado pelas seguradoras, excluindo vida e saúde. Isso significa que o ritmo tem ficado estável em relação ao mesmo período do ano anterior, que contou com R\$ 20,5 bilhões em arrecadação (45,5% da participação).

Para uma carteira que vinha crescendo acentuadamente — somou R\$ 31,4 bilhões em 2014 —, a alta de 4,8% calculada até agosto, na comparação com o mesmo período do ano passado, mostra que o setor tem sido afetado pela crise. "A diminuição na venda de carros, observada atualmente, influencia nas novas contratações de seguros", lamenta o diretor executivo da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Neival Freitas.

Como as contratações são lideradas pelos veículos com menos de cinco anos de uso — 80% dos carros novos adquirem seguros —, a retração do mercado automobilístico puxa o número de novos segurados para baixo. O que tem compensado as perdas, segundo Freitas, é o mercado de usados e seminovos, "que está bem aquecido, com uma demanda muito grande", comenta. Outro fator que mantém a procura em alta é a crescente necessidade de segurança em um ano marcado por incerteza financeira. No auge, ninguém quer ter prejuízos extras, como os decorrentes de problemas com o carro.

Até o fim de 2014, apenas 30% da frota circulante no Brasil estava segurada. Isso significa que há, ainda, uma grande demanda a ser

ARRECADAÇÃO

Em R\$ bilhões



CRESCIMENTO

Em 2014

Em 2015

*Comparação entre setembro de 2014 e setembro de 2015



atendida no setor. Por isso, acreditam os especialistas, a modalidade deve continuar crescendo, mesmo que a passos mais curtos, nos próximos anos. Somente três em cada

dez carros contam com seguro de automóvel. O grande volume de veículos não segurados dá margem para que muitos outros contratos ainda sejam firmados.

