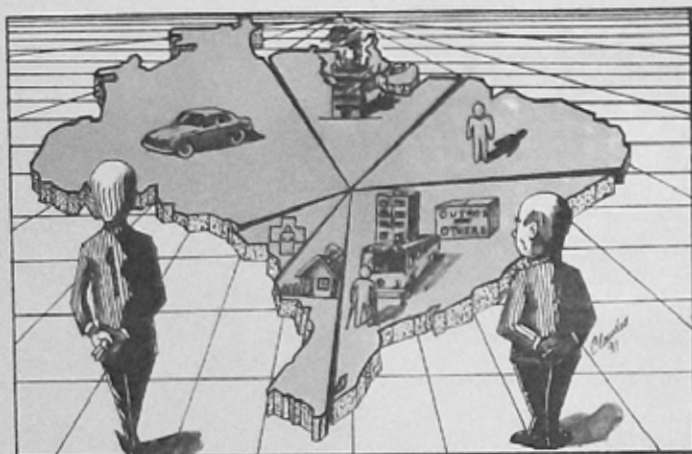


JORNAL DOS CORRETORES DE SEGUROS

Ano 13 - Nº 141 - Setembro 91

Distribuição Gratuita - Mensal

Edição Especial / Special Issue



Uma radiografia do seguro no Brasil

An X-Ray of the insurance in Brazil

Os anos 90 sobressaem-se como a década das mudanças a serem implementadas pelo mercado segurador. Seguradores e corretores querem maior liberdade de atuação, depois de mais de 20 anos operando sob o rigor de regras definidas por órgãos ligados ao Governo Federal. Os empresários, no entanto, têm ainda uma longa caminhada a percorrer. Primariamente, há o fator macroeconómico. A inflação oficial do Brasil aproxima-se dos 20%. A recessão aprofunda-se. Cai o nível de investimentos por parte do governo. O Produto Interno Bruto (PIB) está em queda. Segundo, há questões estruturais do próprio segmento de seguros. Ele precisa rever leis, adotar conceitos mercadológicos mais modernos, alterar sistemas administrativos e financeiros. Especialistas em marketing enfatizam que o próprio segurado está exigindo as mudanças. O cliente quer maior agilidade nos serviços e mais opções em termos de produto, diante de um mercado que concentra 79% de sua arrecadação em prémios em cinco ramos.

The nineties project itself as the decade of the changes to be introduced by the insurance market. Insurers and brokers want more freedom to operate, after having been for over 20 years operating under the rigour of rules defined by bodies linked to the Federal Government. The businessmen, however, still have a long way ahead. First, there's the country's structural economic factors. The official inflation of Brazil is almost 20%. The recession gets deeper. The level of investments made by the government drops. The Gross National Product is falling. Secondly, there are structural questions of the insurance segment itself. It must review laws, adopt more modern, methodological concepts, modify financial and administrative systems. Marketing experts emphasize that the insured is demanding the changes himself. The clients want more agility in the services and more options in terms of product, face to a market that concentrates 79% of its premium collecting in five branches.

Reprodução do Jornal dos Corretores de Seguros nº 141

Em setembro, uma surpresa para os leitores do JCS: o veículo foi editado em português e inglês

DÉCADA DE MUDANÇAS

Com as reformas dos primeiros anos da década de 1990, teve início um período de crescimento que foi ainda mais acentuado após o sucesso da estabilização monetária de 1994 que acabou com a hiperinflação. Esse novo cenário competitivo exigiu das companhias uma mudança cultural organizacional e estratégica. Para manter a competitividade e enfrentar os novos desafios trazidos pelo panorama econômico do pós-Plano Real, a estratégia das empresas baseou-se na disseminação interna de uma cultura focada na busca de melhores resultados. No final dessa década, aumentava a participação das companhias seguradoras estrangeiras no total de prêmios negociados.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº 8.078, que entrou em vigor em março de 1991, e se consolidou como o principal instrumento de defesa do consumidor, caminhando para a sua terceira década de existência, foi um marco na relação entre cliente e seguradora trazendo novas expectativas aos representantes do mercado segurador. Naquele

momento, com o consumo em baixa, a implementação do Código ocasionou preocupações e interesse das entidades do setor em adaptar-se tanto às técnicas comerciais mais modernas, quanto à produção e à comercialização.

Mas a adaptação das companhias ao CDC não acontecia de um dia para o outro. Demandava tempo e cuidado. Em artigo publicado no JCS, pelo advogado Antônio Penteado Mendonça, a atividade seguradora se utilizou do Código para aprimorar o seu produto. “Todos os segmentos se engajaram na questão e as consequências foram as mais positivas, com a desregulamentação do mercado caminhando de forma rápida para a criação de apólices inteligentes que respondem aos anseios dos segurados”.

Com o código como parâmetro, as seguradoras e os corretores buscariam soluções inteligentes para possíveis problemas de seus clientes. A maior consequência – ainda na opinião de Penteado – foi o aumento do grau de responsabilidade, tanto das companhias de seguros, quanto dos profissionais. “Na medida em que a lei determinou uma série de corresponsabilidades,

todos passaram a escolher criteriosamente os seus parceiros para evitar punições que poderiam não depender de sua atuação direta”.

Plano Diretor do mercado

O Plano Diretor do Sistema de Seguros, Capitalização e Previdência Complementar é considerado um marco para história do segmento. O plano foi precedido, contudo, pela Carta de Brasília, anunciada em 6 de maio de 1992 pela Fenaseg - Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados, de Capitalização e de Previdência Complementar Aberta. O objetivo da carta era oferecer um documento que representasse os anseios de todos os operadores dos seguros no país e nortear as mudanças necessárias para o crescimento do setor.

Pouco mais de dois meses depois, em 17 de julho de 1992, durante o governo Collor, em uma ação conjunta do IRB, Susep e Secretaria de Política Econômica, e sob o comando do então secretário Roberto Macedo, é lançado oficialmente o Plano Diretor. Entretanto, a questão mais relevante aconteceu ainda em 1992 com o fim das tarifas. Naquele momento, todas

as seguradoras poderiam oferecer produtos diferenciados e não mais condicionados a tabelamentos pelo governo. Esse foi um grande avanço que trouxe valor aos segurados. O Plano pretendia reestruturar o mercado nacional, ao considerar também as experiências internacionais de abertura do setor, como a de países como Chile, da Colômbia e Argentina.

Também propôs promover a reestruturação e modernização do IRB e da Susep. No caso do Instituto, o objetivo era transformá-lo em uma sociedade anônima com representatividade de todos os acionistas em seus órgãos de gestão. Quanto à Susep, lhe caberia o papel de órgão de supervisão e fiscalizador, oferecendo proteção aos consumidores. Como consequência das propostas constantes da Carta de Brasília e do Plano Diretor, duas importantes medidas, de natureza legal e administrativa, marcam a história do seguro no Brasil em 1996: a permissão da entrada de empresas estrangeiras no mercado e a quebra do monopólio do IRB.

Principal canal de distribuição

A partir da década de 1990, com a consolidação do corretor como principal canal de distribuição dos seguros no Brasil, este profissional passou a buscar cada vez mais especialização. Atualmente, até os grandes conglomerados financeiros têm os corretores como principais parceiros, especialmente para a venda dos seguros mais complexos. E um detalhe importante: como os profissionais passaram a integrar o Sistema Nacional de Seguros Privados, eles também passaram a ser regulados pelo Decreto Lei nº 73/66 (considerado a Lei Básica do Seguro).

A atividade de corretagem é tratada, por força de autorização legal, por meio de decretos do presidente da República e em circulares da Susep. No Brasil, embora tenham surgido novas formas de venda de produtos nos últimos anos, sobretudo por meio de soluções digitais, o canal corretor continua sendo o mais importante do mercado, com uma representação estimada de 80% a 85% da receita desse setor.

A partir de então ficou evidenciada a necessidade de especialização da categoria como forma de conquistar o mercado e suas inúmeras facetas – tema, aliás, sempre enfatizado em reuniões promovidas pelas entidades representativas da categoria. Em 1988, por exemplo, a Fenaseg coordenou a primeira edição do “Balanço Macro-Econômico Social do Setor de Seguros”, levantamento que apontou o grau de escolaridade dos corretores. Só na principal capital do país, São Paulo, 46,4% possuía o ensino médio completo e apenas 31% tinham formação em nível superior.

O JCS em inglês

No último quadrimestre de 1991, os profissionais do setor foram surpreendidos pela edição nº 141 do Jornal dos Corretores de Seguros traduzida para o inglês. A edição de setembro, bilíngue, era plenamente justificável: iria circular no III Encontro Mundial dos Produtores de Seguros, no Rio de Janeiro. Em função da grandiosidade do evento, que aconteceu em 1992, o Clube dos Corretores marcou importante presença. Cinquenta países participaram do encontro, considerado um sucesso. O JCS em inglês confirmou o vigor jornalístico de uma publicação que promovia o debate em alto nível dos principais assuntos da área

do seguro, alçando o corretor como o protagonista de um cenário econômico ainda preocupante, embora o valor da classe era definitivamente reconhecido. Na edição 141, o jornal, com o seu editorial “Uma radiografia do seguro no Brasil” estampado na capa, fazia uma análise dos anos 90 para o setor. Parte dos comentários retrata a realidade presente.



Os anos 90 se destacam como a década de mudanças a serem implementadas pelo mercado segurador. Seguradores e corretores querem maior liberdade de atuação, depois de mais de 20 anos operando sob o rigor de regras definidas por órgãos ligados ao Governo Federal. Os empresários, no entanto, têm ainda uma longa caminhada a percorrer. Primeiramente, há o fator macroeconômico. A inflação oficial do Brasil aproxima-se dos 20%. A recessão aprofunda-se. Cai o nível dos investimentos por parte do governo. O Produto Interno Bruto (PIB) está em queda.

Segundo, há questões estruturais do próprio segmento de seguros. Ele precisa rever leis, adotar conceitos mercadológicos mais modernos, alterar sistemas administrativos e financeiros. Especialistas em marketing enfatizam que o próprio segurado está exigindo as mudanças. O cliente quer maior agilidade nos serviços e mais opções em termos de produtos diante de um mercado que concentra 70% de sua arrecadação em prêmios em cinco ramos.

Durante o governo Collor, em uma ação conjunta do IRB, Susep e sob o comando do secretário de Política Econômica, Roberto Macedo, é lançado o Plano Diretor para o mercado em 1992