

Regulação dos Seguros no Brasil: O Open Insurance é a resposta para o crescimento do mercado de seguros de automóvel?

Valdemiro Cequinel Belli*

RESUMO

Vivemos mundialmente um novo paradigma de regulação de mercados com intervenção do Estado, por agências reguladoras, tendo por base as ferramentas de transações eletrônicas entre os diversos agentes de uma determinada cadeia produtiva de setores regulados, a exemplo do *Open Finance*, e o *Open Insurance*, que tem sido implantados de maneira compulsória ou ao menos mais diretamente encorajados pelos órgãos reguladores da União Europeia e Austrália, assim como no Reino Unido (onde surgiu em 2018), ao contrário dos Estados Unidos da América, ou também da Índia, onde prevalecem as forças de mercado, sendo a adesão voluntária.

Conforme CORIOLANO (2022), o que os reguladores de todo o mundo vêm desejando para a modernização dos mercados sob a sua supervisão, é que o advento e consolidação da digitalização através do uso de celulares até computadores, permitirão o empoderamento dos consumidores de produtos regulados, pela maior transparência destes em ambiente de trocas obrigatórias para os ofertantes e, como resultado, maior concorrência entre esses ofertantes supervisionados.

Por conta de exigências do órgão regulador, o Brasil assumiu a liderança na implantação do chamado *Open Insurance* (sistema de seguros aberto), que é parte de um movimento global que busca modernizar os mercados regulados por meio da digitalização e maior transparência, promovendo o compartilhamento de dados entre diferentes empresas através de APIs. Em um país de dimensões continentais como o Brasil, com acesso assimétrico ao mundo digital, com mais exclusão do que inclusão, em especial no campo das transações eletrônicas, onde temos uma forte desconfiança e resistência do consumidor, temos ainda, conforme CORIOLANO (2022), uma obsessão exagerada dos reguladores pela tecnologia, ademais em um mercado arredo as premissas “tech” como é o consumidor do mercado de seguros, que busca à confiança pessoal e relacional nas transações, e ainda possui grande receio em relação à ocorrência de fraudes neste ambiente.

Enquanto o regulador acredita no crescimento do mercado através da nova onda tecnológica, com o *Sandbox* e o *Open Insurance*, objetos de diversas regulamentações através de circulares da SUSEP e resoluções do Conselho Nacional de Seguros Privados – CNSP, as camadas mais populares dos consumidores (classes C, D e E), atualmente em sua grande maioria não assistidas pelo mercado oficial de seguros, caminham em direção diametricamente oposta, aderindo fortemente ao mercado das associações e cooperativas de proteção veicular (APVs), através de compras presenciais com agentes e vendedores de tais associações onde, conforme BELLI (2018), a falta de fiscalização e a ausência de regulamentação têm gerado fraudes e prejuízos para as pessoas que ingressam em tais planos, sobretudo acreditando estarem supostamente contratando um seguro, quando na verdade, como associados passam a responder pelos riscos de toda associação (em caso de prejuízo é feito um rateio entre todos), não havendo uma relação de consumo, e portanto estando o consumidor desprovido de acesso ao Procon e de outras garantias consumeristas.

Palavras-Chave: Seguro. Open Insurance. Proteção-Veicular. Regulamentação

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos muito tem se falado a respeito da implantação do *Open Insurance* (Opin), sistema que permitirá ao consumidor autorizar o compartilhamento de dados de clientes entre diferentes empresas do setor de seguros (através de APIs), que integrará o *Open Finance*, e seus eventuais benefícios, que seriam conforme a SUSEP, o aumento de competitividade, melhoria dos serviços aos clientes, com redução de custos, oferta de novos produtos, aumento de lucratividade pelas seguradoras (ANDRADE, 2024), ou como ressaltado diretamente no site do *Open Insurance* (SUSEP, 2021):

- Inclusão de novos consumidores, possibilitando maior acesso e penetração do mercado de seguros
- Possibilidade de consolidação da vida financeira (com a integração com o Open Banking)
- Conveniência
- Integração com o Open Banking

Porém, nos moldes do que já ocorre atualmente com o *Open Finance/Banking*, sistema que permite os clientes de produtos e serviços financeiros compartilharem informações entre as diferentes

instituições autorizadas pelo Banco Central, é muito difícil compreender como a ferramenta poderia possibilitar a inclusão de novos consumidores.

Uma vez que hoje, no *Open Finance*, para ocorrer a troca de dados entre receptor e transmissor, de maneira a garantir uma troca segura entre as instituições, respeitando os protocolos e os requisitos de governança impostos pelo órgão regulador, bem como ao atendimento da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), faz-se necessário ser cliente de ambas as instituições, estando logado em ambiente seguro da instituição receptora, e da instituição transmissora. A entidade reguladora ao afirmar que a ferramenta propiciaria a inclusão de novos consumidores, parece abster-se do requisito, ao menos neste primeiro momento, de que, se o pretense usuário ainda não é cliente de ao menos duas instituições, simplesmente não consegue acessar a ferramenta, estando excluído do sistema, pois necessita entrar com *login* e senha na instituição receptora e transmissora para realizar a autorização de abertura dos dados pessoais.

Este é um ponto que pode evoluir posteriormente com o efetivo início das operações das Sociedades Processadoras de Ordem do Cliente – SPOCs, entidades credenciadas pela SUSEP e que, conforme a própria entidade reguladora, poderão atuar como provedores de serviços ao consumidor de agregação de dados, painéis de informação e controle ou, ainda, mediante o consentimento do cliente, representá-lo, prestando serviços relacionados à iniciação de movimentação financeira.

É importante ressaltar que os dados dos consumidores, só serão compartilhados entre as empresas de seguro, com o consentimento explícito deles, e este consentimento se dá atualmente no *Open Finance*, dentro das respectivas áreas logadas e seguras dos sistemas da instituição receptora e transmissora.

O que se vê até o momento, é um sistema que corre o risco de ser excludente, que irá beneficiar as pequenas minorias privilegiadas que já possuem amplo acesso digital, amplo acesso aos mercados financeiros, população está já extremamente bancarizada[1] conhecedoras das respectivas ferramentas digitais, e que será excludente de grande parcela da população a quem pretensamente o órgão regulador pretendia a privilegiar.

Conforme CORIOLANO (2022), superintendente da Susep entre 1995 a 1996, se isto vier ocorrer, seria o paradoxo da “inclusão digital excludente”, com o risco do *Open Insurance* transformar-se em uma plataforma transacional privilegiada para os que ainda formam, historicamente, a base dos seguros, e/ ou ainda os custos da empreitada digital carregarem os preços dos produtos e serviços, a serem suportados por aqueles com as já referidas evidentes restrições de acesso.

O acesso ao mundo digital da internet é totalmente assimétrico em um país com as dimensões e diferenças culturais e de renda como é o Brasil, onde conforme estudo da consultoria PWC (2022) intitulado “O abismo digital no Brasil”, apenas 1/3 da população brasileira pode ser considerada plenamente conectada digitalmente, sobretudo brancos das classes A e B. Grande parte da população brasileira fica sem acesso durante mais da metade do mês, sendo que 58% dos brasileiros acessam a internet exclusivamente pelos *smartphones*. Ainda temos o fato de que 87% dos brasileiros não falam um segundo idioma, sendo conforme CORIOLANO (2022), presumidamente difícil que compreendam adequadamente todos os anglicismos que acompanham o universo open em voga (*open finance, open insurance, open health*).

A pergunta que fica em relação ao tema é: Como construir um modelo de regulação inclusivo e que atenda a toda a população, e não somente ao público das classes A e B, que são os já tradicionais consumidores do mercado de seguros de automóveis e que tendem a ser os principais beneficiados pelo *Open Insurance*?

Como lacuna de pesquisa, pelo ineditismo e novidade do tema sobre a regulação envolvendo o *Open Insurance*, o assunto traz tópicos ainda não passíveis de medição precisa. Temos ainda uma deficiência de estudos acadêmicos sobre o Open Insurance, tendo que extrapolar ou partir também para estudos sobre o *Open Finance*, porém conforme Boris Ber, Presidente do SINCOR-SP, citado em estudo da consultoria Capgemini, o mundo financeiro é *B2C* e o mercado de seguros é *B2B2C*.

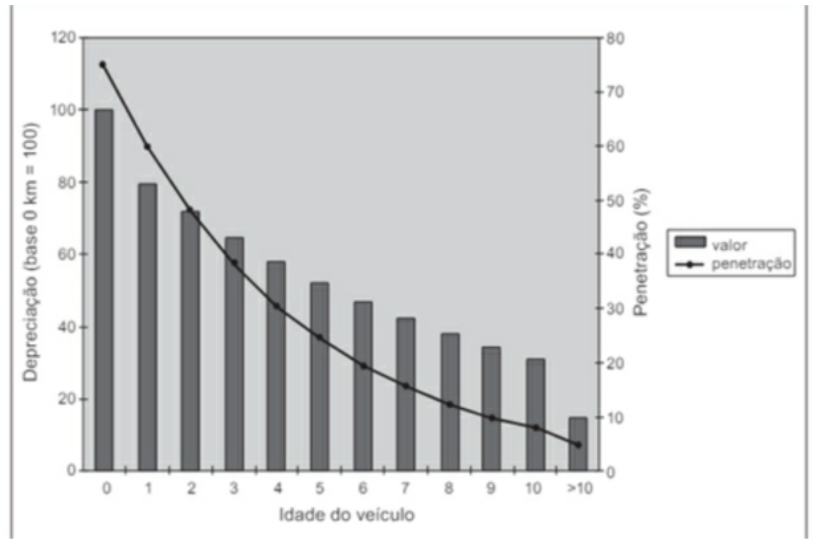
Ainda conforme STANDAERT (2022), embora exista sinergia e sobreposição entre empresas do setor de serviços financeiros em termos de oferta de produtos bancários e de seguros, o contexto de seguros é diferente daquele do setor bancário em vários aspectos. Em primeiro lugar, (ainda) não existe na União Europeia e em grande parte dos países do mundo, regulamentação relacionada com o intercâmbio de dados para produtos de seguros e, como consequência, existe uma falta de normalização e interoperabilidade (EIOPA 2021). Em segundo lugar, existe uma maior variedade e uma gama cada vez maior de tipos de produtos de seguros, uma vez que existem potencialmente tantos produtos quantos riscos na sociedade (Gollier 1997). Terceiro, os seguros são “ricos em dados” (ainda mais do que os serviços bancários) e são um produto com (uma variedade de) dados na sua base (Mulhall et al. 2017). Os dados também podem incluir informações de saúde muito pessoais e sensíveis (Maas et al. 2008), o que complica o tratamento dos dados. Finalmente, conforme STANDAERT (2022), os clientes geralmente têm poucas interações com produtos de seguros, pois os produtos de seguros, diferente dos produtos financeiros, possuem pontos de contato poucos frequentes, só na renovação da apólice ou no momento sinistro e diversas outras características bem distintas do mercado bancário e financeiro.

2. Panorama atual do mercado de seguros de automóvel

De acordo com relatório anual do Sindipeças, sobre a frota circulante de veículos no Brasil, em 2021, havia um total de 38.235.585 automóveis, totalizando 46.581.912 automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus no Brasil. A participação dos automóveis com mais de dez anos era de cerca de 45% da frota e pode chegar a mais de 50% da frota até 2026.

A frota oficial segurada brasileira, que era de 12 milhões de veículos em 2011, era estimada em 17 milhões de veículos em 2017 e finalizou 2021 com 19,7 milhões de veículos segurados, conforme dados divulgados pela CNSeg no segundo semestre de 2022.

Ainda que o percentual de automóveis segurados em relação a frota tenha crescido significativamente ao longo do tempo, sendo de cerca de 33% em 2021 (com base na frota circulante divulgada pelo relatório anual do Sindipeças), o desafio de crescimento do mercado continua em descobrir produtos que atendam aos veículos mais antigos, as motos e os veículos de carga e façam frente a ameaça institucional das associações de proteção veicular. Conforme CONTADOR (2023), nas condições atuais de regulação de mercado, a parcela de veículos não protegidos atinge 70% dos veículos leves, espantosos 97% das motos e 90% dos veículos de carga.



Penetração do mercado de seguros e depreciação por idade dos veículos

Fonte: PITA, Renato, DOMINGUES, Alexandre. Seguro de Automóvel (Serie textos didáticos), Rio de janeiro, Funenseg 2011.

O crescimento e inclusão de novos consumidores hoje, está ocorrendo através da expansão das cooperativas e associações de proteção veicular, que acessam as classes C, D e E (86% dos desbancarizados estão concentrados nestas classes[2]) e não fazem restrições na aceitação aos tipos de veículo, idade e passagem por leilão[3] . Importante ainda ressaltar que quase 50% da frota possui mais de 10 anos, sendo essa hoje a principal barreira de entrada e crescimento do mercado de seguros.

Conforme MOTTA (2023), alguns autores já vêm demonstrando que a expansão das fronteiras de investimento e acumulação em direção a mercados populares está no centro do capitalismo global. Segundo demonstram os estudos de RANGEL (2021) no Brasil, ROY (2010) na Índia e ELYACHAR (2002) no Egito, especialmente a partir dos anos 2000, a pobreza e a informalidade passaram a estar no centro dos esforços para a dinamização de mercados globais financeirizados, tornando-se insumo e ativo a serem mobilizados através da expansão de produtos financeiros, microcrédito e estratégias de incentivo ao microempreendedorismo. Ainda conforme MOTTA (2023), a ênfase desses trabalhos encontra-se em projetos de agências multilaterais e/ou na relação entre grupos empresariais e o Estado e na sua interface com mercados populares.

O fenômeno das APVs – Associações de Proteção Veicular, teve início no Brasil sobretudo no estado de Minas Gerais, disseminando-se para o restante do país. Porém diferente de outras partes do mundo, aqui muitas destas associações possuem um dono e tratam-se de falsos mútuos, não tendo um grupo com características que os una. Segundo CONTADOR (2023), as associações mútuas de proteção veicular tiveram em 2022 entre 4 e 5 milhões de associados, 3,425 milhões de veículos em suas bases (automóveis, motocicletas e caminhões) e faturamento entre 9 e 12 bilhões de reais em 2022.

3. Marketplace e os Agregadores de Custos. A experiência na Inglaterra

Conforme relata CORIOLANO (2022), a respeito do *Open Insurance*, finalmente e no limite, surgiria a formação de um *marketplace* transacional de ofertas, compras e portabilidades, em que o consumidor poderia fazer as suas melhores escolhas e a portabilidade dos seus produtos entre concorrentes.

Levantamento da Ernest & Young (2011), que já foi objeto de pesquisa deste autor em outras ocasiões[4], aponta que os canais de distribuição de seguros de automóvel do mercado inglês mudaram radicalmente em um prazo de apenas cinco anos e ficaram irreconhecíveis, por conta da formação de *marketplaces*, como os chamados agregadores de preços. Os agregadores de preços são sites que em poucos minutos realizam buscas e comparativos entre diversos fornecedores, sendo verdadeiros *marketplaces* de ofertas de seguros.

Na Inglaterra, o impacto da venda on-line ocasionada pelos *marketplaces* através dos agregadores de custos foi uma brutal guerra de preços no mercado de seguros de automóveis, com redução de

margens e perda de participação pelos corretores de seguros, que eram até então o principal canal de vendas do mercado inglês, os quais detinham 54% de participação de mercado. Como resulta[i]do, ainda houve a acumulação de grandes prejuízos pelas seguradoras. Essas ferramentas tecnológicas conseguiram transformar uma área que tradicionalmente é focada na venda relacional em uma mera venda transacional. Como o preço passou a ser o principal fator relevante, as empresas (tanto corretoras como seguradoras) tentaram reforçar suas marcas, de maneira a criar uma diferenciação, aumentando significativamente as despesas com publicidade e propaganda, piorando ainda mais seus resultados operacionais. Os únicos a ganhar com o processo foram os consumidores focados apenas em preço e as empresas de T.I responsáveis pelos agregadores e pela plataforma operacional. A indústria de seguros britânica, como um todo, teve grandes perdas (Ernest & Young, 2011). Ainda se verificou uma enorme quantidade nas fraudes e nas negativas de pagamento das indenizações, ocasionando uma enorme judicialização dos processos de sinistros, pela falta da realização de uma venda consultiva, que afetou negativamente a imagem de todo o setor.

A conclusão da consultoria Towers Watson sobre tais ferramentas no mercado de seguros britânico, também corroborada pelo estudo da Ernest & Young, é de que estas ferramentas custaram a indústria de seguros britânica em apenas 5 anos uma perda de produção estimada em 1 bilhão de libras pela guerra de preços, enquanto gerou apenas 50 milhões de libras em lucros para algumas poucas seguradoras selecionadas. Este parece ser também o movimento observado até o momento com o *Open Finance* brasileiro, onde conforme TOLENTINO (2023) apenas uma única instituição, o Nu Bank, é o responsável por cerca de 44,75% das transações e recepção de dados e onde a consultoria Capgemini identificou em 2023 que a maioria das operações neste universo ainda não são lucrativas.

4. Riscos do Open Insurance

Pelo ineditismo da iniciativa, sendo que o Brasil está sendo o precursor da implantação, de ideias gestadas e ainda em discussão na Inglaterra e na Comunidade Econômica Europeia, e pela falta de maior progressividade e teste na implementação do *Open Insurance* em nosso mercado, são vários os tipos de riscos e frustrações quanto aos resultados esperados. A implantação do *Open Insurance* apresenta, ainda conforme TAVARES, ADRIANO e SAKAMOTO (RBRS 2023) os seguintes riscos:

Riscos do *Open Insurance*:

1. Segurança de dados no contexto da LGPD (Lei geral de proteção de dados)
2. Riscos cibernéticos pela maior exposição das transações no ambiente virtual, pois todos os acessos criados representam riscos e eventuais possibilidades de acesso não autorizado a informação através de hackeamento, risco de fraudes, gerando perdas de clientes e reputação impactada
3. Falhas de interoperabilidade entre os vários sistemas dos *players*
4. Riscos do negócio, pela descaracterização das seguradoras, transformando-as em operadoras sem identidade
5. Eventual desintermediação, promovida pelas SPOC
6. Risco de exclusão financeira ao segurado como consequência da utilização massiva de inteligência artificial e machine learning
7. Problemas relacionados a questões éticas, ligados à sexualidade, situação financeira, saúde, viés político e outras características pessoais
8. Risco de entendimento inadequado do produto de seguros, restringindo a comparação de produtos somente pelo preço, desconsiderando coberturas, franquias, etc.
9. Risco de equidade de acesso as informações
10. Eventual resistência do segurado em fornecer seus dados a SPOC

Fonte: TAVARES, ADRIANO e SAKAMOTO (RBRS 2023), com elaboração pelo autor.

Destacamos ainda que conforme CORIOLANO (2022), frustrações sobre os resultados esperados são um dos principais inimigos de políticas públicas, o que pode evidentemente ocorrer sem progressividade e teste, e pelo Brasil ser atualmente o precursor em relação ao *Open Insurance*.

5. Considerações finais

A introdução do *Open Insurance* no Brasil, embora inovadora e realizada através da indução do estado por uma ampla regulação e através da implantação de políticas de governança, apresenta vários riscos que precisam ser cuidadosamente geridos. Esses incluem riscos cibernéticos, a possibilidade de fraudes, e a resistência do mercado a adotar novas tecnologias sem uma progressiva implementação e testes rigorosos. Além disso, a inclusão de novos consumidores ainda é um desafio, dado que a participação no sistema no momento, a exemplo do *Open Finance/ Open Bank* requer que o usuário já seja cliente de múltiplas instituições, o que pode excluir uma grande parte da população, em especial a mais pobre e que hoje já não possui acesso ao mercado de seguros.

Os resultados esperados com o *Open Insurance* podem não ser nem mesmo parcialmente alcançados, sem uma abordagem mais gradual e bem testada. A frustração dos consumidores e possíveis falhas na segurança dos dados, são alguns dos principais obstáculos que podem comprometer a efetividade dessa política pública.

Enquanto o regulador colocou todo o seu foco nos últimos anos em criação de normas e políticas de governança para o *Open Insurance* e o *Sandbox*, a questão das APVs, apesar da lei complementar nº 213/2025 aprovada em janeiro, segue ainda sem fiscalização e regulação pelo Estado, no mesmo modo que ocorreu anteriormente com as bets, onde o governo autorizou o seu funcionamento, mas levou anos para regulamentá-las e definir regras de funcionamento e aplicar fiscalização. Casos históricos de falências de montepios e pecúlios nas décadas de 1960 e 1970 ainda afetam a percepção pública de maneira que fica claro que para evitar ameaças institucionais, novas formas de proteção patrimonial devem ser reguladas e fiscalizadas. Em muitos países, as mútuas e cooperativas de seguros têm regras claras e estão sujeitas a supervisão e fiscalização pelo Estado, resultando, como no caso da França, em uma redução no número dessas empresas devido a fusões e desmutualizações para atender às exigências legais vigentes.

Além disso, a principal questão de incerteza sobre os mútuos que oferecem proteção patrimonial envolve quem vai administrá-los e a eventual capacidade técnica desse grupo, bem como a garantia de que os associados façam parte de um grupo real de afinidade e tenham poder de voto na definição das regras e do estatuto. A ausência de controles adequados, reservas garantidoras e a possibilidade de gestão fraudulenta, aumentam o risco de insolvência e fraudes, impactando negativamente a confiança no setor de seguros como um todo, uma vez que o “consumidor” das APVs muitas vezes não sabe diferenciá-las do produto seguro.

Na Argentina, embora não existam mútuas e cooperativas exclusivamente dedicadas a proteção veicular, tem-se uma legislação para as associações e cooperativas, que priorizam o cuidado para que não ocorram os falsos mútuos, sendo regulamentadas pela *Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN)* e pela *Inspección de Justicia*, que estabelecem diretrizes e supervisionam suas atividades, as quais devem cumprir requisitos de funcionamento, transparência, prestação de contas e proteção aos associados.

É essencial adotar e aprimorar mecanismos de transparência, controles internos e a adoção de uma política pública regulatória para as mútuas e cooperativas de proteção veicular no mercado. As novas formas de garantir patrimônio devem ser reguladas e fiscalizadas rigorosamente, para evitar riscos institucionais e assegurar a proteção dos consumidores.

A exemplo do que vem sendo realizado no *Open Insurance*, uma política de governança sólida e um marco regulatório claro são fundamentais para que essas inovações se estabeleçam como alternativas viáveis e seguras para os consumidores brasileiros.

6. Referências Bibliográficas

ADRIANO, Gustavo Canteiro Leança (2023). **Open Insurance: Suas origens, Seu momento Atual e as Perspectivas de Desafios e Oportunidades no Brasil**. RBRS – Revista Brasileira de Risco e Seguro.

BELLI, Valdemiro Cequinel (2018). **A Intermediação do seguro no Brasil e os novos canais de vendas**. Rio de Janeiro, CPES – Centro de Pesquisa e Economia do Seguro da ENS – Escola de Negócios e Seguros, Texto de Pesquisa, n6 .

BELLI, Valdemiro Cequinel (2018). **Mútuas e Cooperativas de Proteção veicular**. Rio de Janeiro, CPES – Centro de Pesquisa e Economia do Seguro da ENS – Escola de Negócios e Seguros, Texto de Pesquisa, n7 .

CAPGEMINI (2024). **Análise de Mercado do Open Insurance. Desafios, Oportunidades e Estratégias**. 3a Edição.

CONTADOR, Claudio (2023). **As Mútuas no Mercado de Seguros**. Rio de Janeiro, ENS, Silcon, 2023

COOPER, Donald e SCHINDLER, Pamela S. (2003). **Metodologia de Pesquisa em Administração**. 7a Edição. Porto Alegre: Bookman

CORIOLOANO, Marcio Serôa de Araujo (2022). **Regulação dos seguros no Brasil: O que se pode esperar do Open Insurance?** Rio de Janeiro, CPES – Centro de Pesquisa e Economia do Seguro da ENS-Escola de Negócios e Seguros, Texto de Pesquisa, n8 .

DEMO, Pedro (2006). **Introdução à Metodologia da Ciência**. São Paulo : Atlas.

ELYACHAR Julia (2005). **Markets of dispossession: NGOS, economic development, and the state in Cairo**. Durham, Duke University Press.

ERNST & YOUNG (2011). **Bringing profitability back from the brink extinction**.

MOTTA, Luana Dias (2023). **Elites em disputa por mercados populares. Concorrência e confiança na economia (i)legal de veículos**. Tempo social, Revista de Sociologia da USP, 2023 págs. 45 a 65.

PWC (2022). **O abismo digital no Brasil**.

RANGEL, Felipe (2021). **A empresarialização dos mercados populares: trabalho e formalização excludente**. Belo Horizonte, Fino Traço.

ROY, Ananya (2010). **Powerty capital: microfinance and the making of desenvolvimento**. Nova York, Routledge

SINDIPEÇAS (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores) &

STANDAERT, Willen (2022). **Framework for open Insurance strategy: insights from a European study** . The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice (2022) 47:643–668

TAVARES, Edval da Silva. ADRIANO, Gustavo Canteiro Leança. SAKAMOTO, Luiz Macoto (2023). O **Open Insurance representará um movimento disruptivo para o mercado segurador brasileiro?** Revista Brasileira de Risco e Seguro (RBRS), ENS.

TOLENTINO, Morgana (2023). **Resultados preliminares do Open Finance Brasil: Uma análise descritiva do perfil de acesso ao Ecossistema**. Revista Estudos Institucionais, v. 9, n. 2, p.

[1] Segundo relatório do II Fórum Nacional do Banco Central sobre inclusão Financeira (2010), é considerada bancarizada uma pessoa que tenha uma aplicação, uma conta corrente de qualquer modalidade ou algum tipo de empréstimo.

[2] Conforme relatório do Banco Mundial, Global Findex (2017), o qual apontava que a porcentagem oficial de bancarizados no Brasil era de apenas 70% da população, sendo que 45% da população recorre a amigos e parentes quando precisa tomar um empréstimo.

[3] Embora aceitem veículos de leilão as APVs também depreciam estes veículos no momento da indenização (embora no momento da contratação geralmente ninguém mencione isto).

[4] Ver pesquisa: A intermediação do seguro no Brasil e os novos canais de Vendas (BELLI, 2018) página 45.



*Valdemiro Cequinel Belli

Economista, professor da Escola de Negócios e Seguros (ENS-Funenseg), pós-graduado em Gestão Estratégica de Vendas (MBA) e em Gestão de Pessoas (MBA), atualmente acumula créditos para o Mestrado em Administração. Sócio fundador da Cequinel Corretora de Seguros, é formado em Processamento de Dados, Acadêmico desde 2022 e membro da Cátedra de Ciências Econômicas do Seguro.

Esta publicação online se destina à divulgação de textos e artigos de Acadêmicos que buscam o aperfeiçoamento institucional do seguro. Os artigos expressam exclusivamente a opinião de seus autores.



Expediente:
Presidente: Rogério Vergara
Diretor de Comunicações: João Alfredo Di Girolamo
Produção: Oficina do Texto | Jornalista responsável: Paulo Alexandre

Academia Nacional de Seguros e Previdência
Alameda Santos 2335 - 11º andar, conjunto 112
Cerqueira César - São Paulo - SP - CEP 01419-002
Telefone (11) 94563-3961
www.anspnet.org.br

©2018 Academia Nacional de Seguros e Previdência. Todos os direitos reservados.