



Helena Venceslau

DIRETORA DE SUPERVISÃO DE CONDUTA DA SUSEP E MESTRE EM ECONOMIA

POR VERA DE SOUZA
FOTOS ADRIANA LORETE



7

CADERNOS DE SEGURO

Desvendando o seguro de vida universal

Aguardado há alguns anos pelo mercado brasileiro, o Seguro de Vida Universal tomou forma e começará a ser comercializado em abril próximo. A expectativa é de que a nova modalidade vá ampliar de forma significativa a venda de seguro de vida no país, já que tem como seu maior atrativo o fato de o consumidor poder resgatar parte do que investiu, caso não haja sinistro. Para entender esse novo produto, Cadernos de Seguro conversou com Helena Venceslau, uma das responsáveis pelo desenho dessa novidade.

Cadernos de Seguro: O que é o seguro de vida universal que chegará ao mercado brasileiro no próximo mês? Alguns dizem que é uma variação de produtos já existentes.

Helena Venceslau: Eu prefiro não tentar buscar nenhum dos exemplos já existentes para comparação. A ideia, de fato, é que estamos trazendo um tipo de seguro de vida que vai revolucionar o segmento. É um produto em que aposto muito, até como possível compradora.

Venho do setor financeiro: sou uma das mães do Tesouro Direto (programa do Tesouro Nacional desenvolvido em parceria com a BMF&F Bovespa para venda de títulos públicos federais para pessoas físicas, por meio da internet). No meu histórico, toda essa parte de desenvolvimento de produtos renda fixa, tudo isso é meu *background*. Eu costumo dizer que vim para o setor de seguros para tentar desenvolver produtos para eu mesma comprar e, a despeito dos seguros de dano, acho que no segmento de vida precisamos evoluir. Acredito que a Susep deu



“ Não é aquele seguro que é lançado e pronto, acabou. Tem uma característica de adaptação a cada tempo, conforme a sociedade o vai aceitando. Ele vai se encaixando no perfil do consumidor. ”

um passo importante, lá no passado, quando criou o PGBL e o VGBL, porque não existia nada destinado à população, mas aí paramos no tempo. Aposto que, antes do seguro de vida universal, precisamos entrar numa seara de desenvolver produtos de vida, com foco mais acelerado, digamos assim. A população está envelhecendo com mais saúde. Estamos ficando vivos durante mais tempo e mais saudáveis, então, há uma série de fatores que não se viam no nosso país há 20, 40 anos e, hoje, quando esbarramos nessa realidade, constatamos que estamos um pouco atrasados. Alguns produtos já deviam ter sido lançados para a realidade que hoje está se colocando. Um dos grandes desafios da minha diretoria para este ano e o próximo é trabalhar em relação aos seguros voltados para a questão de vida.

Isso é só uma introdução para eu contextualizar a importância do seguro de vida universal, que vai ser o primeiro desse tipo no Brasil. Realizamos pesquisas em outros países, para ver como funciona, e há mercados que já têm até uma nona versão. Não é aquele seguro que é lançado e pronto, acabou. Tem uma característica de adaptação a cada tempo, conforme a sociedade o vai aceitando. Ele vai se encaixando no perfil do consumidor. Quando é melhor identificado tal perfil, são dadas algumas flexibilidades no produto, para que ele se adapte a determinados grupos.

Como não temos nenhum modelo anterior, esse que estamos lançando possui uma configuração básica, de fácil compreensão. Acho que a coisa mais simples de explicar sobre o tema na hora da venda é o seguinte: atualmente, são poucas as pessoas com seguro de vida individual. Normalmente, são aquelas que possuem família constituída, com marido, filho(s), prestações da casa ainda a saldar e pensam: “Posso faltar de repente, tenho que deixá-los com alguma cobertura.”

Porém, são apólices que, se não derem sinistro, acabou, também. É como se você estivesse apostando, todo os anos, que pode ou não morrer. Vou usar um exemplo pessoal, já que fiz uma vez, pois fui para um curso nos EUA e minha mãe ficou com medo de eu morrer lá, por conta de algum ataque terrorista. Falei para ela: “Para você não ficar muito nervosa, vou fazer um seguro de vida, aí boto você como beneficiária. Se eu morrer, você ganha o dinheiro”. Aí é que ela quis me matar (risos).



Cadernos: Isso é o mais atraente nesse novo produto.

HV: Não apenas isso: é superjusto. No produto comum, *flat*, é como se a pessoa estivesse fazendo uma aposta se vai ou não morrer. Se formos pensar a respeito, é algo muito negativo. Como estimular alguém a comprar um seguro de vida?

O consumidor pensa: “Não estou pensando em morrer agora, para que comprar seguro?” Agora, se ele recebe a oferta de um produto com cinco ou dez anos de duração, em que é ressarcido de parte daquilo que investiu e não foi utilizado no pagamento do sinistro, isso é o que vai atrair o cliente.

Cadernos: O seguro de vida universal vem sendo comparado ao VGBL. Como desfazer essa ideia?

HV: É bom esclarecer que aqui o objeto é a vida. Na verdade, morte. Não tem o que comparar. No caso do VGBL, a causa da morte é uma das possibilidades

que levam ao resgate, mas o produto é desenhado para que, passado o período de acumulação, o consumidor entre em benefício. Aqui não, estamos falando de morte ou invalidez do segurado, então, o objeto é absolutamente diferente.

Cadernos: Efetivamente, o produto estará disponível a partir de abril?

HV: Sim, entrará em vigor 120 dias após a publicação, que se deu em 27 de dezembro de 2016, prazo que se aproxima do fim de abril. O que ainda havia de necessidade de regulamentação? Uma instrução da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), permitindo a questão do investimento desse tipo – porque não está previsto nos regulamentos da CVM um fundo exclusivo de investimento para essa qualidade de seguro que trabalha com vida. Então, as seguradoras teriam alguma dificuldade nesse sentido, na hora de investirem o capital capturado no pagamento do prêmio. Isso está sendo ajustado na CVM



“Temos que entregar para a sociedade melhores produtos de vida, capilarizar sua venda. Para isso, os corretores vão ser muito importantes.”

e no Conselho Monetário Nacional (CMN), por meio da Resolução nº 4.444. Essa normativa precisa ser revista, possibilitando que empresas que ofereçam essa modalidade de seguro também detenham regras estabelecidas de investimento. Quem analisa a alteração dessa resolução é o Ministério da Fazenda, junto com o Banco Central, além do Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP). Ou seja, todos atuando em conjunto para realização de ajustes.

Por fim, sairá uma circular da Susep, em que serão definidos alguns aspectos mais operacionais do produto que não cabem na resolução.

Cadernos: Esse é um produto que vai mexer muito com o mercado, que deve estar esperando avidamente.

HV: Não só o mercado, mas nós. Eu, mesmo tendo pegado grande parte do trabalho já debatido, desenvolvido pela equipe, estou levando a glória, mas é óbvio devo parabenizar meus colegas que vieram antes de mim. A equipe técnica praticamente não foi mudada. Então, o diálogo que esses profissionais tiveram com o mercado até chegar ao desenho atual não teve muita quebra. Sim, é uma expectativa muito grande, do mercado e nossa.

De novo, a iniciativa se liga ao meu perfil, na ideia de que temos que entregar para a sociedade melhores produtos de vida, capilarizar sua venda. Para isso, os corretores vão ser muito importantes. É fundamental que eles entendam qual é a grande vantagem do seguro de vida universal, para saberem vender melhor.

No momento em que ele pensa sobre como convencer o cliente a comprar esse seguro de vida, o grande argumento será dizer: “Você paga durante cinco anos e, se você não morrer, bom para você, bom para a sua família e bom para o bolso. Porque você ainda vai receber uma parcela do que pagou.”

Cadernos: Então, cinco anos será o prazo mínimo?

HV: Isso não foi definido ainda. Estou falando em cinco anos porque é o que o mercado tem cogitado. Vai depender de como se quer colocar o produto. Nós só entendemos que, para algo desenhado dessa forma, não faz sentido falar em um ou dois anos, nem sob o ponto de vista da seguradora e nem, talvez, do consumidor. Aí não vale a pena. Sairia caro pelo retorno e seria melhor comprar uma apólice tradicional. Logo, temos trabalhado com esse número hipotético.

Cadernos: Certamente vocês têm experiência de reclamações de segurados que não recebem nada de volta, depois de anos de pagamento?

HV: Já tivemos muitas reclamações de segurados que dizem: “Paguei 15 anos de seguro e agora não tenho direito a nada, a seguradora não quer me pagar nada”. Claro que é por falta de conhecimento que as pessoas se queixam. Porém, até então não existia algo que atendesse a essa demanda, mas, hoje, o *universal life* é o produto, e o consumidor poderá dizer: “Paguei 15 anos de seguro de vida e não vou sair de mãos abanando.” ●