

NOVA

IMS

Information
Management
School

Corporate Governance, literacia financeira, protecção dos consumidores e reputação no sector segurador"

Jorge Miguel Bravo, PhD

NOVA IMS & Université Paris-Dauphine & BBVA Pensions Institute

Corporate Governance: o impacto na reputação e no valor do sector segurador, 28/6/2017

Agenda

1. Introdução & Motivação
2. Risco de Reputação
3. Solvência II: requisitos gerais, Requisitos qualitativos e sistema de governação, Reporte e divulgação de informação
4. Reputação e criação de valor: algumas métricas
5. Literacia financeira e protecção dos consumidores
6. Regulação e supervisão da conduta de mercado

Introdução & Motivação

- A reputação é um dos activos mais valiosos de uma organização, 25% do seu valor segundo o Fórum Económico Mundial (2012)
- É também um activo incrivelmente frágil: uma boa reputação construída durante décadas pode ser destruída da noite para o dia, especialmente num mundo globalizado e interligado em tempo real
- A reputação de uma organização pode ser afectada por problemas financeiros ou estratégicos, produtos defeituosos, condições de trabalho precárias, danos ambientais, fraude ou corrupção e outros riscos fora do controlo directo da empresa (e.g., falha de um fornecedor ou parceiro externo, ataques da concorrência, riscos naturais e outras catástrofes)
- No mundo do social media, um pequeno episódio reputacional como uma queixa de um par de indivíduos ou apenas a percepção de comportamento inadequado pode tornar-se viral

Introdução & Motivação

- No rescaldo da crise, um aspecto menorizado no debate sobre a reforma da regulamentação do sector financeiro tem sido o da necessidade de melhorar a **capacitação e protecção dos consumidores** de produtos e serviços financeiros
- Para observadores, Governos e académicos, a crise foi resultado de questões sistémicas, como problemas de liquidez, solvência ou alavancagem do negócio
- As respostas estratégicas e os planos de recuperação das autoridades nacionais, organizações internacionais e reguladores concentraram-se em **elementos de corporate governance prudencial** (e.g., Solvência II, estruturas governação) e menos na **regulação da conduta de mercado**
- Na realidade, múltiplos exemplos recordam-nos que uma boa parte dos problemas teve origem em **deficiências na protecção do consumidor e insuficiente literacia financeira**: decisões inadequadas ou mal informadas, supervisão negligente, multiplicação de práticas de misselling,...

Introdução & Motivação

- O comportamento das seguradoras (e seus representantes) no relacionamento com os tomadores de seguros (efectivos ou potenciais), segurados, beneficiários ou terceiros lesados, antes, durante e após a celebração dos contratos pode, quando inapropriado,
 - lesar os interesses dos seus destinatários
 - afectar a **reputação** das companhias,
 - afectar a **reputação** do mercado segurador e dos fundos de pensões,
 - Afectar a **confiança** dos consumidores no sistema financeiro em geral

Risco de Reputação

- O risco de reputação é considerado pelos gestores de empresas como o mais importante dos riscos estratégicos (Deloitte, 2014) e uma responsabilidade do board e C-Suite
- O risco de reputação é ditado por uma ampla gama de outros riscos :
 - Ética e integridade (fraude, suborno, corrupção)
 - Riscos de segurança (violações físicas, ciberataques,...)
 - Riscos de produtos e serviços, Riscos de mercado
 - Third-party relationships (fornecedores)
- O principal impacto do risco reputacional nas empresas advém de quebras na relação com os clientes, mas outros stakeholders também são importantes (investidores, reguladores, entidades, colaboradores, fornecedores,...)
- O risco manifesta-se sobretudo através da redução de vendas e do valor das marcas

Interrogações

- Em que medida pode a regulamentação baseada no reporte e divulgação de informação mitigar os riscos de reputação e o seu impacto na criação de valor e compensar a insuficiência de literacia financeira dos consumidores de produtos e serviços financeiros?
- Em que medida a regulação e supervisão da conduta do mercado é importante e de que forma é que ela se encaixa nos quadros regulatórios do sector financeiro?

Solvência II: requisitos gerais

PILAR I

Requisitos quantitativos

- Provisões técnicas
- Requisitos de capital (SCR e MCR)
- Investimentos
- Fundos próprios

PILAR II

Requisitos qualitativos

- Sistema de governação
- Gestão de riscos
- Autoavaliação do risco e da solvência (ORSA)
- Processo de supervisão

PILAR III

Reporte e disciplina de mercado

- Divulgação de informação ao público
- Transparência
- Reporte à autoridade de supervisão

Solvência II: Pilar II, Requisitos qualitativos

- **Gestão prudente dos investimentos:** investir apenas em instrumentos financeiros cujos riscos conseguem identificar, mensurar, monitorizar, gerir, controlar e informar, e no melhor interesse dos tomadores de seguros e beneficiários
- **Sistema de governação**
 - Estrutura organizacional adequada e transparente
 - Sistema de gestão de riscos
 - Sistema de controlo interno e de auditoria interna
 - Requisitos de competência e idoneidade
 - Linhas de comunicação e reporte interno claramente definidas
- Auto-avaliação do risco e da solvência (**ORSA**)
- **Requisito de capital adicional** (capital add-on) quando ... existam deficiências significativas no sistema de governação

Solvência II: Pilar III, Reporte e divulgação de informação

- Requisitos de divulgação pública de modo a promover a **transparência, a disciplina de mercado e a harmonização da informação**
- Permitir aos tomadores de seguros e outros stakeholders tomar decisões informadas, com base:
 - Na capacidade e eficiência da empresa de seguros de monitorizar e gerir os riscos
 - Na posição financeira e de solvência da empresa de seguros
- Relatório anual sobre a situação financeira e de solvência (SFCR), com descrição do negócio e da performance da empresa, sistema de governação, análise de risco, Estrutura, montantes e qualidade dos fundos próprios, bases metodológicas ALM, ...

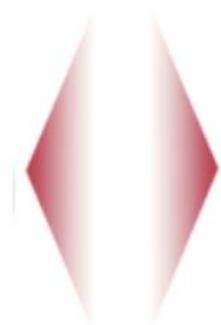
Reputação e criação de valor: Reputation Institute

REPTRAK® DIMENSIONS

Rational Factors



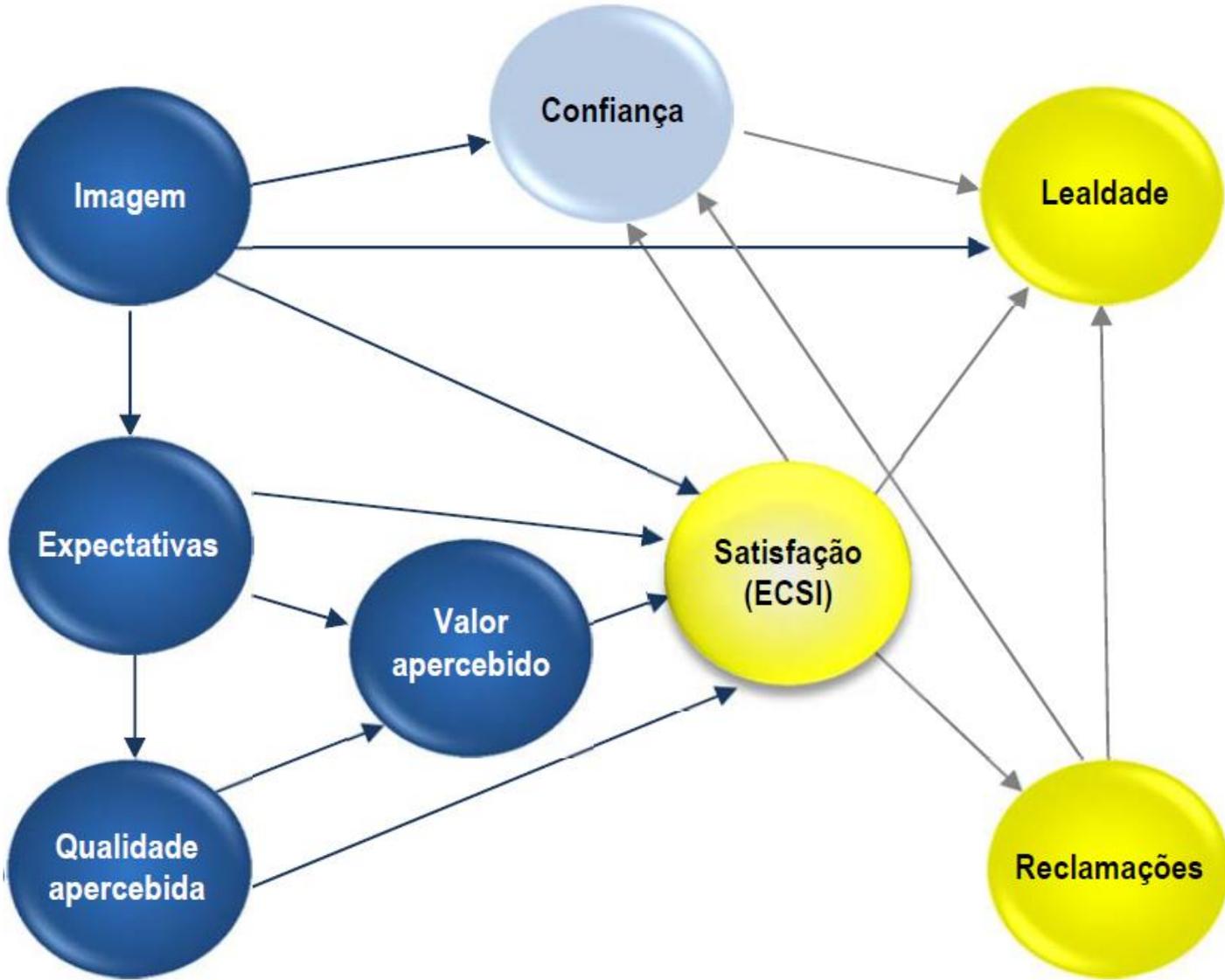
REPTRAK® PULSE Emotional Connection



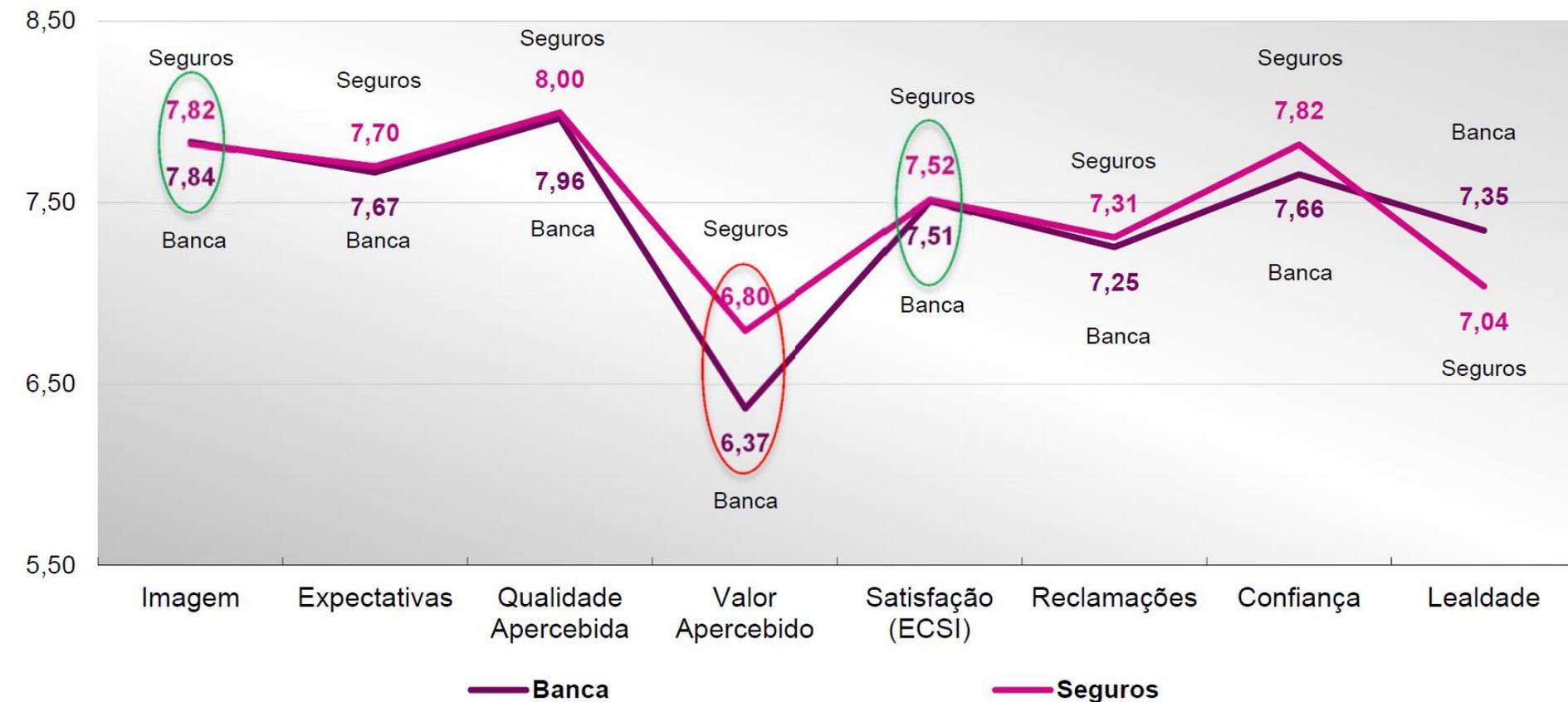
SUPPORTIVE BEHAVIORS Reputation Benefits



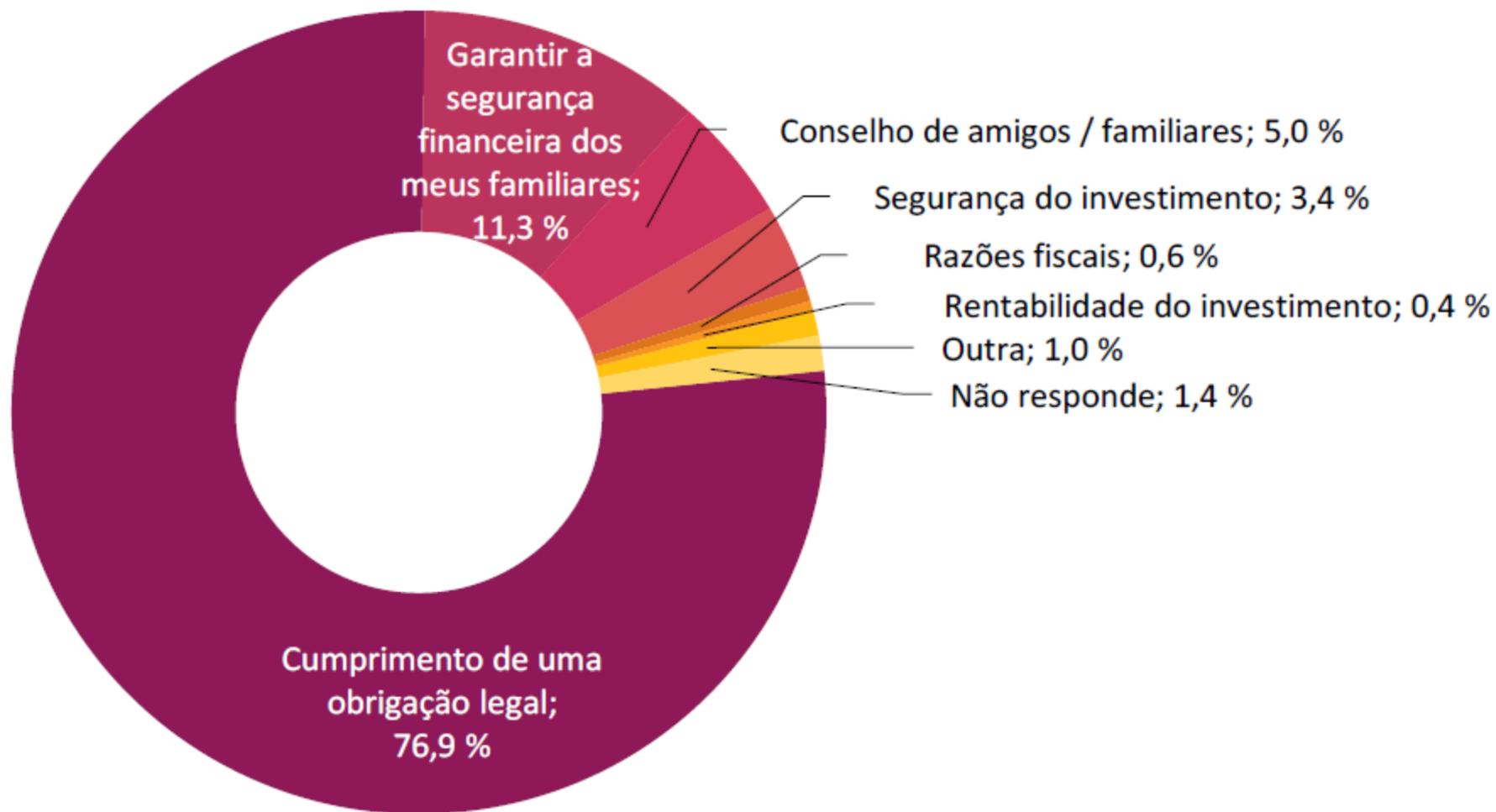
Reputação e criação de valor: ECSI Portugal



ECSI Portugal: Resultados 2016

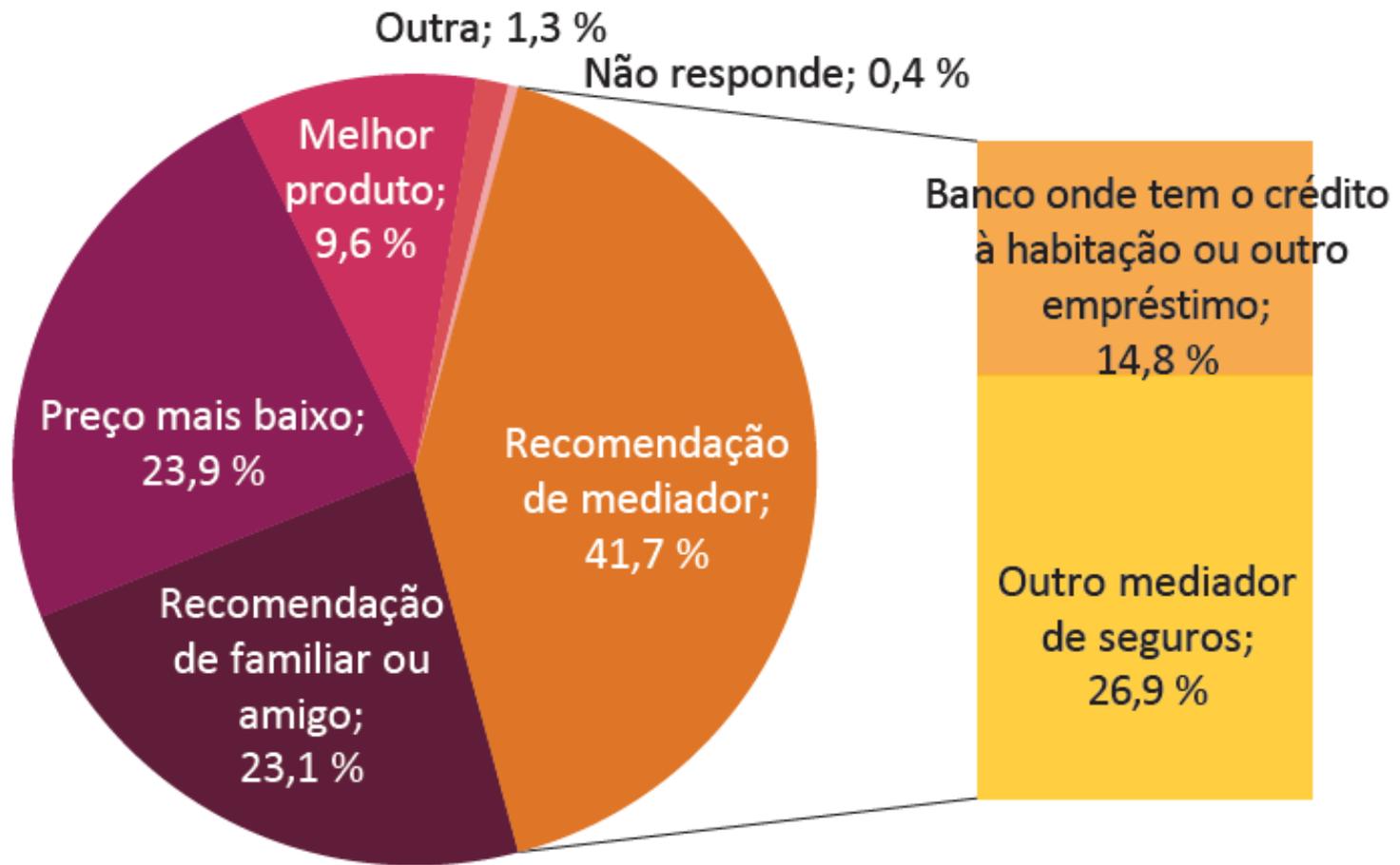


Motivações para a procura de seguros?



Fonte: Inquérito à literacia da população portuguesa (2015)

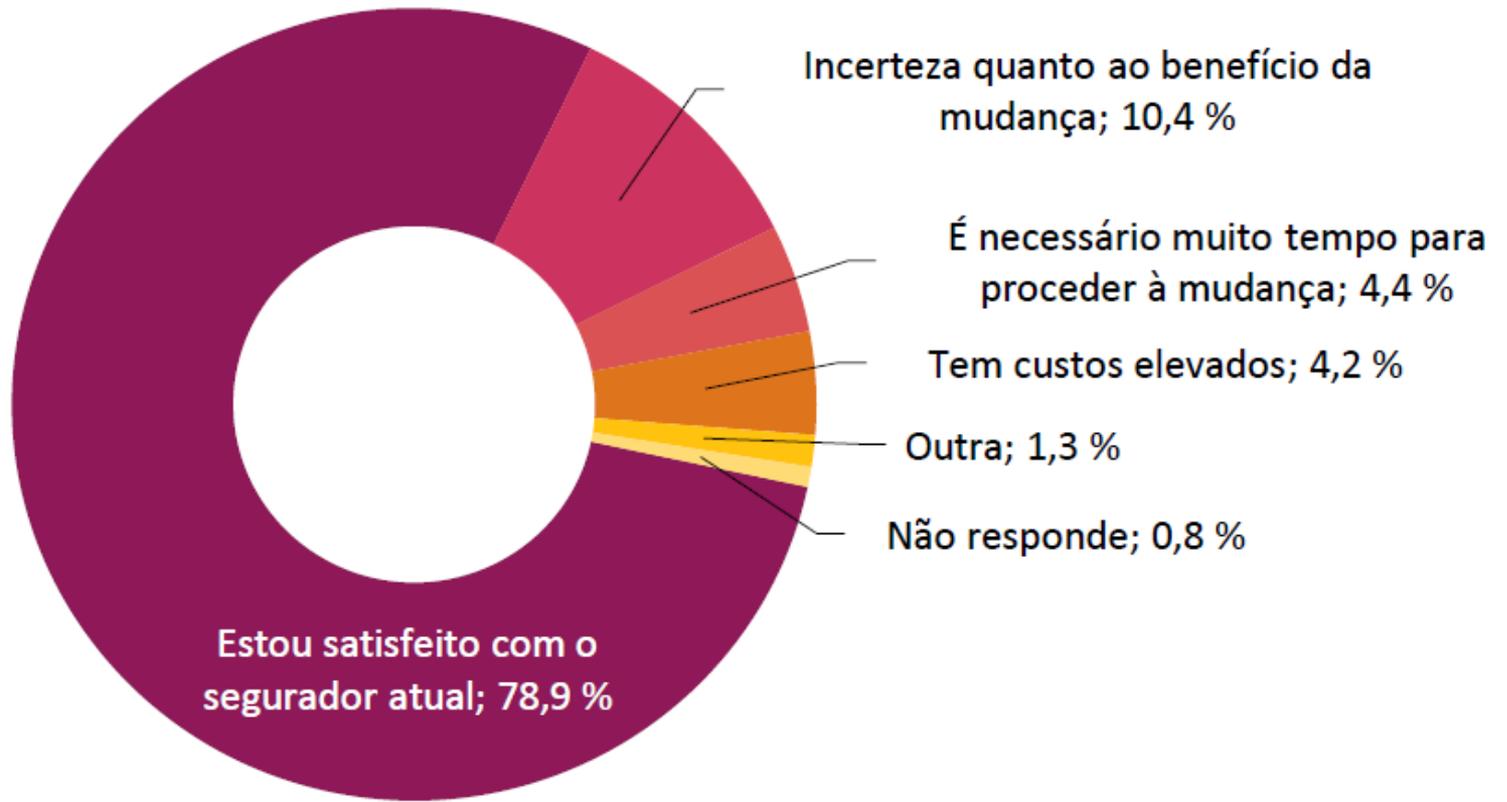
Principal razão para a escolha do segurador



Fonte: Inquérito à literacia da população portuguesa (2015)

Razões para a fidelização?

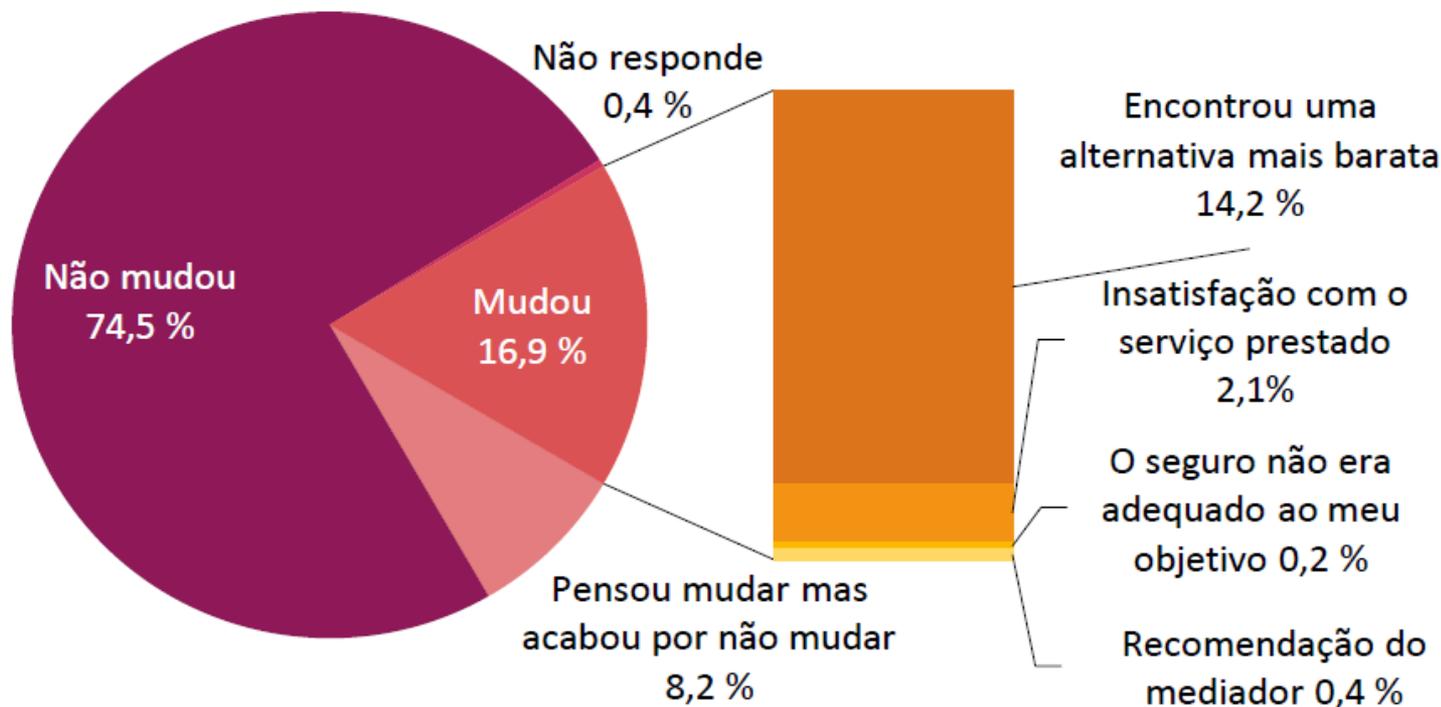
GRÁFICO III.4.3.7 | Razão por que não mudou de segurador | 2015



Fonte: Inquérito à literacia da população portuguesa (2015)

Razões para a mudança?

GRÁFICO III.4.3.6 | Mudança e razões de mudança de segurador nos últimos três anos | 2015

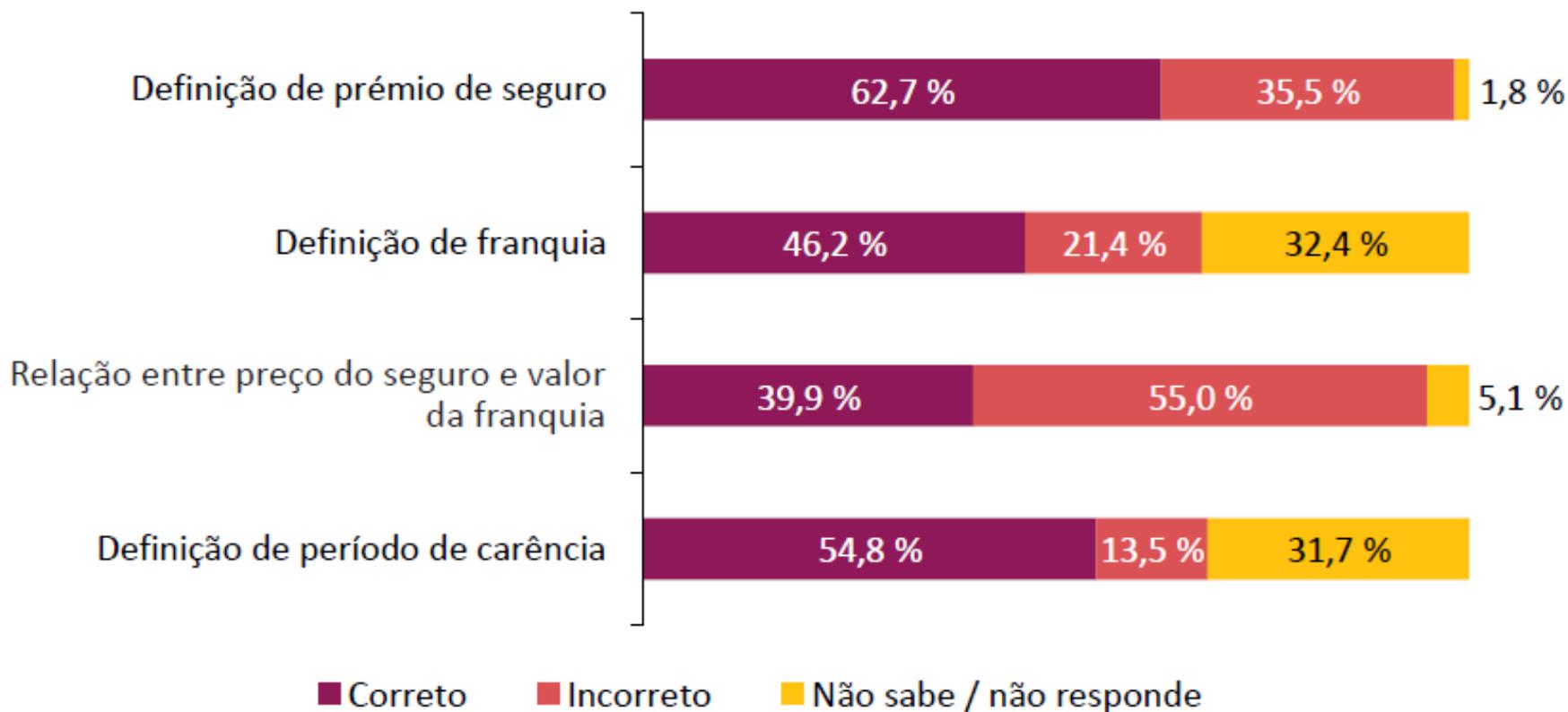


Fonte: Inquérito à literacia da população portuguesa (2015)

Literacia financeira e protecção dos consumidores

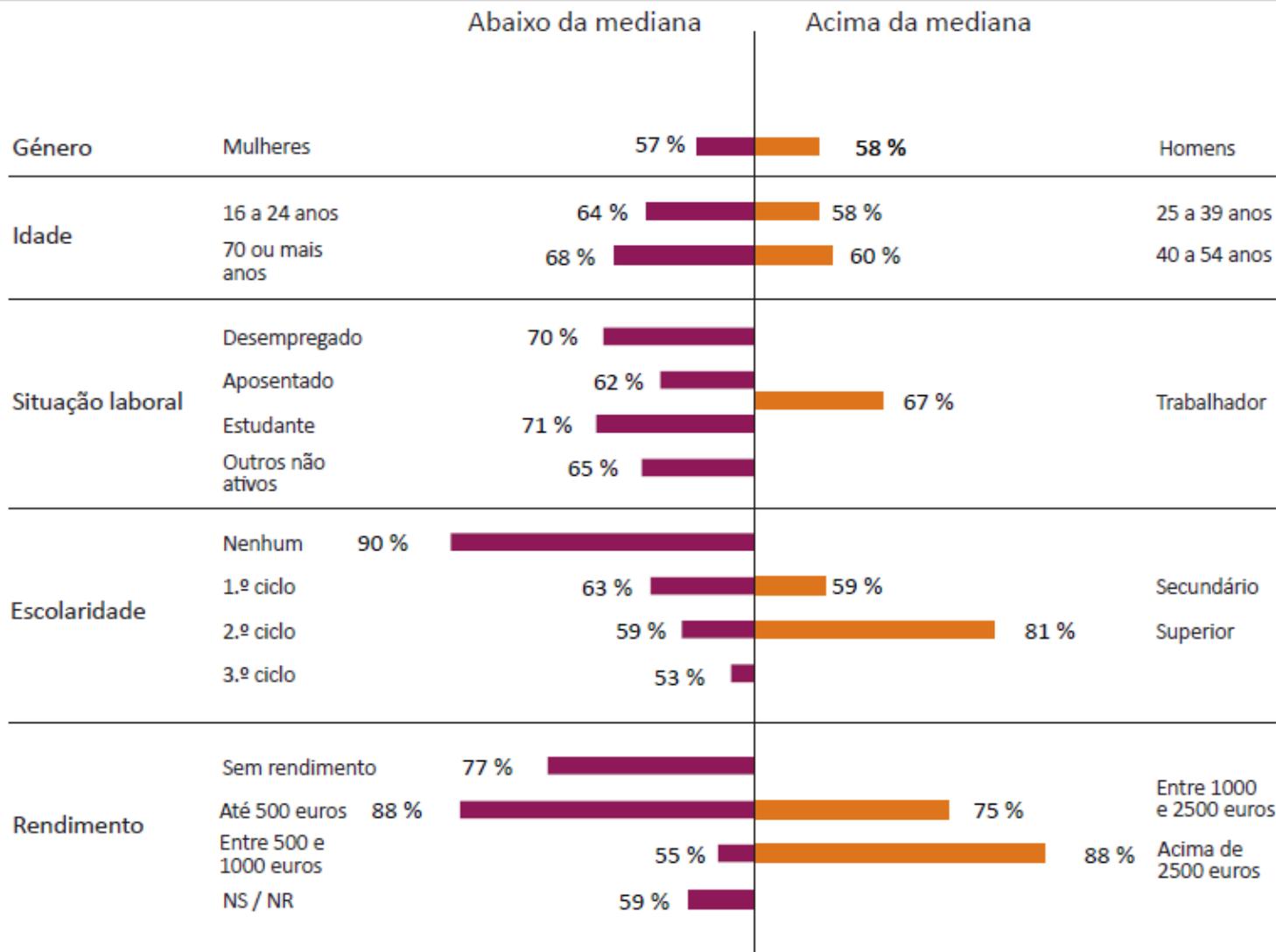
- Uma característica essencial da **protecção dos consumidores financeiros** relaciona-se com a sua capacidade para entenderem produtos e conceitos financeiros, desenvolverem capacidades e confiança para lidarem adequadamente com riscos e oportunidades de investimento, fazer escolhas informadas, saber onde procurar ajuda e agir para melhorar o bem-estar financeiro ⇒ **LITERACIA FINANCEIRA**
- Todos os **estudo de opinião** efectuados revelam um baixo nível de literacia financeira
- **Mandato** para desenvolver a educação financeira (P. Nacional Formação Financeira)
- A educação financeira não é uma panaceia, não garante a protecção dos consumidores
 - Imperfeições nos mercados de seguros (assimetria de informação, poder negocial)
 - Crescente transferência de riscos para os tomadores de seguros
 - Inovação financeira, complexidade e adequação dos produtos
 - Inclusão financeira

Literacia financeira relacionada com seguros



Fonte: Inquérito à literacia da população portuguesa (2015)

Grupos populacionais com literacia financeira elevada/baixa



Fonte: Inquérito à literacia da população portuguesa (2015)

Regulação e supervisão da conduta de mercado

- Disciplina de mercado:
 - acções de fiscalização de modo a salvaguardar situações de fraude, abuso de mercado, misseling,
- Protecção dos consumidores:
 - **Avaliação prévia** dos produtos e serviços
 - **informação prestada** aos consumidores
 - **Publicidade e reclamações**
 - Disclosure the conflitos de interesse
 - **literacia financeira**

Obrigado
Thank You