

Finanças mais

24 DE
NOVEMBRO
DE 2022



Veja a lista
completa
das empresas
vencedoras



Premiação
Ao todo, 17 vencedores
Pág. 2

Seguro Auto
Uma grande estrada pela frente
Pág. 4

Recordes
Bancos de investimentos somam lucros
Pág. 10



FOTOGRAFIA DA

RECUPERAÇÃO

Uma avaliação abrangente das instituições financeiras que atuam no Brasil: assim é o Prêmio Finanças Mais, parceria do Estadão e do Broadcast com a agência classificadora de risco Austin Rating. Nesta sexta edição, que teve os vencedores anunciados em 17 de novembro, os rankings foram elaborados com base nos resultados de 2021.

“Foi um ano ainda afetado pela pandemia, mas claramente de recuperação em relação a 2020”, observa Alex Agostini, economista-chefe da Austin. O setor de bancos de varejo, por exemplo, cresceu 5% em 2021, depois de registrar uma queda de 3,9% no ano anterior. “O mesmo movimento que ocorreu com o PIB, de forma mais

Ao avaliar o desempenho do mercado financeiro em 2021, o Finanças Mais capta o movimento de recuperação após o auge da pandemia

ampla, foi refletido no sistema financeiro brasileiro”, ele compara.

Embora tenha havido um aumento médio de 27% no volume de crédito em relação a 2020, o índice de cobertura de provisões – também conhecido como “provisões para devedores duvidosos” – permaneceu estável, na faixa de 3,9% do total da carteira de créditos. “Isso indica que o sistema financeiro brasileiro, principalmente o setor de bancos, é muito sólido e resiliente diante de crises”, avalia Agostini.

Essa resiliência é herança direta do aprendizado que o País acumulou com as muitas crises já enfrentadas, entre as domésticas e as internacionais – a pandemia foi apenas mais uma na extensa lista, que inclui moratória, sequestro de poupança e hiperinflação. Tudo isso acabou gerando para o sistema financeiro do Brasil uma certa trava, que não se vê em países desenvolvidos.

Outro indicador positivo é que, de 2020 para 2021, a rentabilidade do setor bancário subiu de 13,5% para 14,8%. “Poucos setores tiveram

um desempenho tão positivo”, observa Agostini. Ele enfatiza o quanto essa solidez é importante, pois o setor assegura crédito para as atividades que mais geram renda e emprego no País.

Já a situação do setor de Previdência e Seguros em 2021 foi um pouco diferente, mas perfeitamente normal e explicável. Nesse setor, o arrefecimento da pandemia teve um efeito contrário: à medida que as pessoas começaram a deixar o isolamento social, aumentou o índice de sinistralidade – que passou de 51% para 63,1%. Isso foi decisivo para que a rentabilidade média das empresas do setor caísse de 17% para 5,5%.

Realização:



Apoio:

broadcast



Patrocínio:



PREMIAÇÃO DESTACOU AS MELHORES EM 17 CATEGORIAS

Representantes das
empresas vencedoras
enviaram mensagens para
celebrar a conquista e um
painel discutiu o futuro da
economia brasileira

Realizada na quinta (18) em formato online, a cerimônia de anúncio dos vencedores da 6ª edição do Finanças Mais **Estadão** reconheceu os três primeiros colocados em cada uma das 17 categorias. Ao agradecer pelo primeiro lugar na categoria Bancos – Varejo, o CEO do Bradesco, Octavio de Lazari Jr., afirmou que a conquista é ainda mais importante por se tratar de um período com grandes desafios. “Ainda assim, endereçamos aumento da escala de atuação, diversificação das receitas e investimentos intensivos em tecnologia”, ele descreveu.

A Caixa Seguridade celebrou a liderança na categoria Seguros Gerais. O diretor-presidente, André Nunes, lembrou que a empresa entrou numa nova fase a partir da abertura do capital, em abril de 2021. “O prêmio é um reconhecimento de que trilhamos o caminho certo com a remodelagem total do negócio”, avaliou o executivo. A boa fase identificada pelo Finanças Mais em 2021 continua: os nove primeiros meses de 2022 foram suficientes para que a companhia conseguisse ultrapassar os resultados do ano anterior, que já havia sido o melhor de sua história.

O Bradesco Saúde obteve o melhor desempenho na categoria Seguro Saúde. “No momento em que os brasileiros tomam consciência sobre a importância de priorizar esse benefício, ficamos felizes com o reconhecimento ao nosso trabalho”, disse o presidente, Manoel Peres. Na categoria Seguro Auto, a Tokio Marine surgiu no topo do pódio pela quinta vez nos seis anos de existência do Finanças Mais. O CEO, Marcelo Goldman, fez questão de dedicar o prêmio aos 2.300 colaboradores e 37 mil corretores e assessores que trabalham com a seguradora.

No segmento Financeiras, o grande destaque foi o Santander Financiamentos, que

conquistou duas categorias, Geral e Varejo. “Esses prêmios representam o coroamento da jornada de quase 60 anos pensando em estar com os melhores produtos financeiros para ajudar nossos parceiros de negócios”, disse o diretor, André Novaes. Já no segmento Capitalização o primeiro lugar ficou com o Bradesco Capitalização. “Estar entre os destaques de uma premiação tão importante é motivo de muito orgulho e incentivo para seguirmos com nossa trajetória de trabalho em busca da excelência”, afirmou o superintendente executivo, Douglas Duran.

PEC da Transição

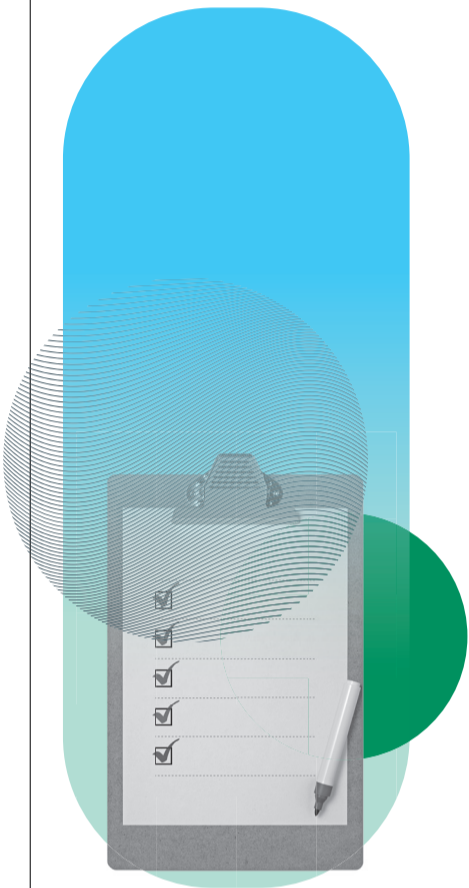
Além do anúncio dos vencedores, a cerimônia de premiação do Finanças Mais **Estadão** teve também o painel “Rumos do Brasil 2023”. Com a proposta de debater as movimentações a partir dos resultados da eleição presidencial, o painel acabou sendo coincidentemente realizado sob o calor da apresentação da minuta da PEC da Transição pelo vice-presidente de Lula, Geraldo Alckmin, ao Senado Federal, feita na véspera. Os três convidados do painel, conduzido pela jornalista Karla Spotorno, foram unânimes em interpretar a minuta da PEC como uma sinalização negativa de um possível descontrole fiscal.

Solange Srouf, economista-chefe do Credit Suisse Brasil, lembrou que os mercados temem a insustentabilidade da dívida pública brasileira – que, de acordo com previsões apresentadas por Caio Megale, economista-chefe da XP Investimentos, pode saltar dos atuais 78% para mais de 90% do Produto Interno Bruto (PIB) se a PEC for aprovada na íntegra, enquanto a média dos países emergentes fica na casa dos 60%. Para Carlos Kwall, sócio-fundador da Oriz Partners, a PEC indica a ideia de uma ampliação do gasto público apoiado num provável aumento da carga tributária, combinação que pode comprometer o crescimento da economia brasileira.

No mesmo dia, diante das muitas reações adversas – inclusive nos indicadores do mercado financeiro –, Alckmin apressou-se em esclarecer que a PEC foi pensada como medida emergencial para assegurar a exclusão do Bolsa Família do teto de gastos, enquanto um novo arcabouço fiscal é desenhado para o País. O vice-presidente eleito afirmou que o governo Lula será fortemente comprometido com a responsabilidade fiscal – para alcançar o equilíbrio, as apostas são revisar todos os gastos do governo e aprovar, finalmente, a tão esperada Reforma Tributária.

PRODUZIDO POR

**ESTADÃO
BLUE STUDIO**



CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Na metodologia desenvolvida pela Austin, os bancos são avaliados em três pilares: crescimento, liderança de mercado e desempenho. Para mensurar o crescimento, a referência são os principais números do balanço patrimonial. O nível de liderança do mercado é obtido a partir da relação entre o total de ativos da instituição e o total de ativos do segmento. Já o desempenho é resultado do cruzamento de indicadores relacionados a solidez, qualidade do ativo, rentabilidade e custo.

As seguradoras são avaliadas pela combinação entre o desempenho e os resultados do balanço patrimonial, enquanto as melhores corretoras/distribuidoras, empresas de leasing e financeiras são definidas com base nos índices de crescimento, patrimônio líquido e desempenho. O ranking das empresas de capitalização é estabelecido com base na análise de porte e do crescimento, além de liderança de mercado e desempenho.

**ESTADÃO
BLUE STUDIO**

Av. Eng. Caetano Álvares, 55,
5º andar, São Paulo-SP,
CEP 02598-900.
projetospeciais@estadao.com

Diretor de Conteúdo do Mercado Anunciante: **Luis Fernando Bovo** MTB 26.090-SP; Gerente de Conteúdo: **Tatiana Babadobulos**; Gerente de Atendimento e de Gestão de Projetos: **Rita Lissauskas**; Gerente de Client Success: **Nuria Santiago**; Gerente de Estratégias de Conteúdo: **Regina Fogo**; Gerente de Eventos: **Daniela Pierini**; Coordenador de Arte: **Isac Barrios**; Arte: **Robson Mathias**; Especialista de Publicações: **Lara De Novelli**; Especialistas de Conteúdo: **João Prata** e **Renata Mesquita**; Especialista de Pós-Vendas: **Luciana Giamellaro**; Redes Sociais: **Murilo Busolin**; Analista de Conteúdo: **Bárbara Guerra**; Analista de Produto Júnior: **Giuliana Ferrari**; Analistas de Marketing: **Isabella Paiva**, **Amanda Miyagui Fernandez** e **Rafaela Vizoná**; Assistentes de Marketing: **Larissa Castro** e **Giovanna Alves**; Colaboradores: Edição: **Eduardo Geraque**; Reportagens: **Maurício Oliveira**; Revisão: **Francisco Marçal**

**Finanças
mais**

Publicação da
S/A O Estado de S. Paulo
Conteúdo produzido pelo
Estadão Blue Studio

EQUILÍBRIO DAS CONTAS É O GRANDE DESAFIO

Governo Lula tem a difícil missão de gerar desenvolvimento econômico e social sem gastar mais do que arrecada

Quem administra uma casa sabe bem que, além de garantir comida na mesa e pagar os boletos, é preciso ter um controle rigoroso para se gastar menos do que se arrecada – caso contrário, o resultado inevitável é o endividamento. Se numa família já não é fácil conseguir esse equilíbrio, considerando-se demandas, necessidades e interesses coletivos e de cada morador, imagine as dificuldades num País com 215 milhões de habitantes.

Para o economista Pedro Malan, ex-ministro da Fazenda, o governo Lula terá como um de seus grandes desafios aprofundar o entendimento coletivo sobre a relação entre gasto público, carga tributária e estoque da dívida pública. “A esperança é de que possamos

avancar na busca de maior maturidade político-institucional e de debate público de nível – menos ideologizado, mais informado e mais voltado para a busca das convergências possíveis”, diz Malan. “Será fundamental, já em 1º de janeiro de 2023, sinalizar com clareza, de maneira crível, que existe um sistema de regras que assegurem a sustentabilidade da trajetória de finanças públicas no Brasil.”

Integrante da equipe de transição do novo governo, o economista Pêrsio Arida diz que, mesmo com toda a questão fiscal e o cenário internacional adverso – agravado pela recessão e o aumento de juros nos Estados Unidos –, o Brasil não pode deixar de trabalhar pela educação e inclusão social a longo prazo. “Nosso principal desafio econômico é crescermos de forma inclusiva e sustentável. Não é simples, mas é perfeitamente possível”, afirmou Arida, ex-presidente do Banco Central e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), durante o recente evento Lide Brazil Conference, realizado em Nova York.

Busca de consenso

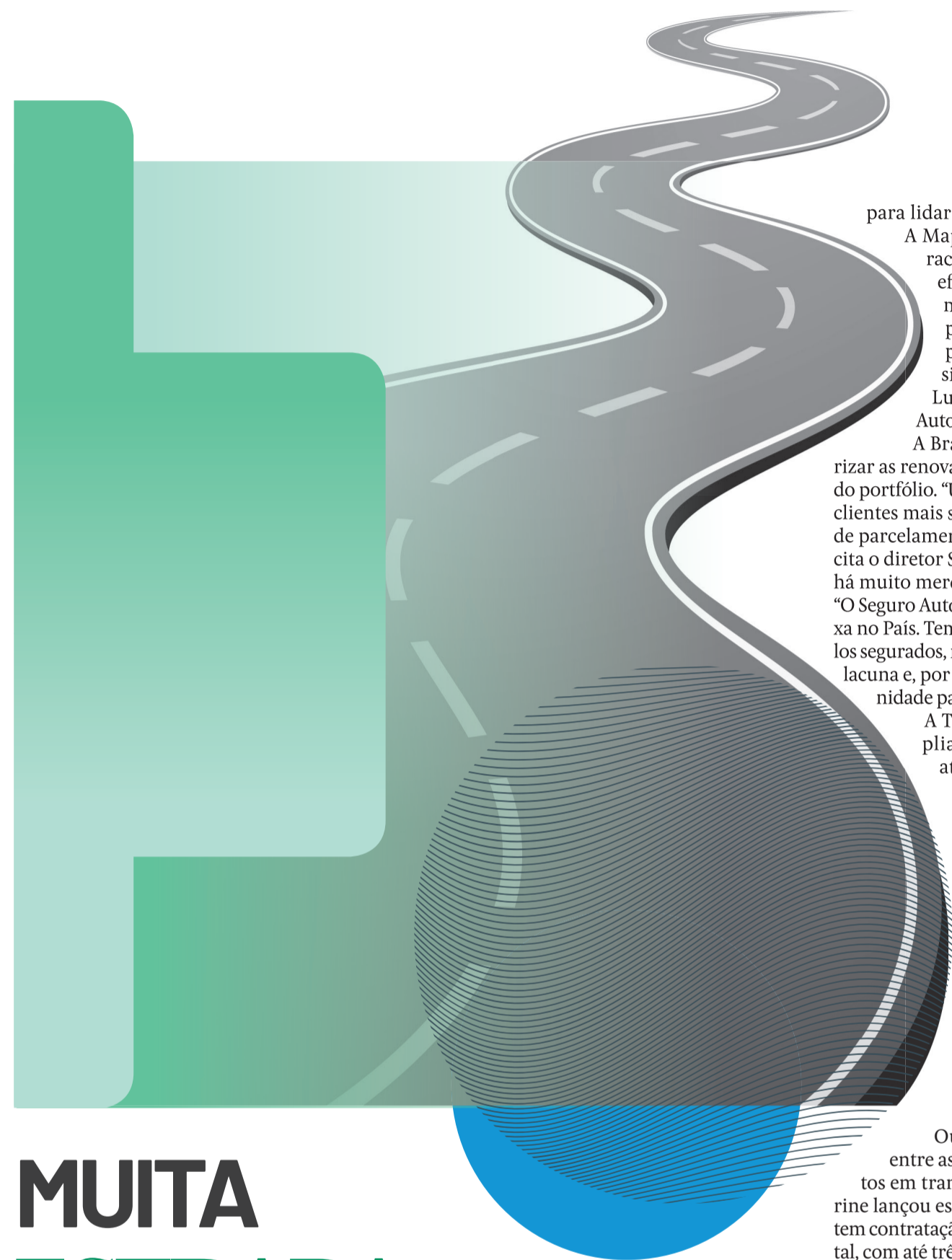
Para o professor André Biancarelli, do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), será fundamental reconstruir o arcabouço fiscal, a partir da constatação de que o teto de gastos é uma regra mal formulada e inviável. “É preciso uma refundação cuidadosamente discutida e planejada, que passe longe de regras rígidas ou obsessões sobre redução do Estado, que permita sinalizar uma trajetória sustentável para as despesas e carga de impostos, mas resgate a capacidade de planejamento, indução do desenvolvimento pelo Estado e as enormes tarefas do setor público na dimensão social.”

Pelo lado positivo, avalia Biancarelli, as sinalizações são menos concretas e mais políticas: um processo de normalização institucional e política que pode ser muito significativo, inclusive para efeitos econômicos. “Há uma boa vontade internacional com o Brasil, depois de uma política externa que dizimou nossa imagem”, observa o professor da Unicamp. Ele lembra também que, em contraste ao cenário de 20 anos atrás, quando Lula assumiu pela primeira vez, a vulnerabilidade externa da economia brasileira é bem menor. “Isso, historicamente, faz muita diferença. O clássico problema de escassez de divisas não está entre os principais desafios econômicos no

horizonte de curto prazo”, avalia Biancarelli.

O professor Mauro Rodrigues, da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo (FEA-USP), lembra que a questão fiscal depende fortemente de reformas estruturantes, especialmente a tributária. “Essa é urgente. Aliás, faz 20 anos que é urgente. Não dá mais pra esperar”, ele observa. Rodrigues avalia positivamente a movimentação da equipe de transição e a acolhida que o processo vem recebendo, em geral, no meio político. “A polarização exacerbada atrapalha sob muitos aspectos, e um deles é que políticas públicas envolvem a busca de consenso. Não se trata de beneficiar um grupo e punir outro, e sim de fazer o que é melhor para o País.”

CLI: BANCO BTG PACTUAL



MUITA ESTRADA PELA FRENTE

Em meio aos desafios da transformação digital, seguradoras buscam atrair mais clientes para o mercado Auto

O ano tem sido agriçoce para o segmento de Seguros Auto. Até o fim de setembro, a arrecadação cresceu 34,4% em relação à do mesmo período do ano passado, de acordo com a Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg). Esse dado está sendo muito celebrado, pois o mercado vinha se mantendo relativamente estável nos últimos anos. Em contrapartida, a rentabilidade foi afetada por diferentes fatores, especialmente a inflação e a escassez de insumos para a fabricação de carros, cenário que provocou um aumento expressivo nos preços dos veículos – tanto dos novos quanto dos usados –,

além da majoração dos custos de reparação.

A Tokio Marine vem se destacando com um ritmo de crescimento nas vendas que, neste ano, tem sido duas vezes superior à média. “Continuamos a trajetória de aumento expressivo da participação de mercado iniciada em 2012. De lá para cá, nossa fatia passou de 3% para 12,6%, sem nenhum tipo de aquisição”, diz Marcelo Goldman, diretor executivo de Produtos Massificados. Durante a pandemia, a empresa conseguiu acrescentar 500 mil veículos à carteira de segurados, alcançando o total de 2,6 milhões.

Cada seguradora desenhou uma estratégia

para lidar com a queda da rentabilidade.

A Mapfre implantou um plano operacional que buscou o aumento da eficiência das operações. “Revisamos de forma minuciosa nossos produtos, os itens que faziam parte de toda a nossa carteira e o sistema de subscrição”, descreve Luiz Padial, diretor executivo de Automóvel.

A Bradesco Seguros optou por priorizar as renovações das apólices e a ampliação do portfólio. “Um exemplo é o Auto Light, para clientes mais sensíveis a preço e possibilidade de parcelamento em até dez vezes sem juros”, cita o diretor Saint’Clair Lima. Ele lembra que há muito mercado a ser desbravado no Brasil. “O Seguro Auto ainda tem uma penetração baixa no País. Temos cerca de 17 milhões de veículos segurados, numa frota de 70 milhões. É uma lacuna e, por outro lado, uma grande oportunidade para novos negócios.”

A Tokio Marine também vem ampliando o mix com o objetivo de atrair clientes que ainda não integravam o mercado. A empresa lançou o produto Auto Econômico para atender aos anseios de uma parcela da população que, até então, não tinha poder de compra para um seguro. “Esse produto oferece cobertura completa para colisão, incêndio, roubo e furto com preço até 30% mais baixo que um seguro tradicional”, descreve Marcelo Goldman.

Transformação digital

Outra característica em comum entre as seguradoras são os investimentos em transformação digital. A Tokio Marine lançou este ano o Auto Você Escolhe, que tem contratação simplificada e totalmente digital, com até três opções de proteção. A empresa criou também o Sinistro Digital, iniciativa que reduz em até 50% o tempo médio de atendimento – uma das novidades é a permissão para que a ocorrência seja descrita com mensagens de voz.

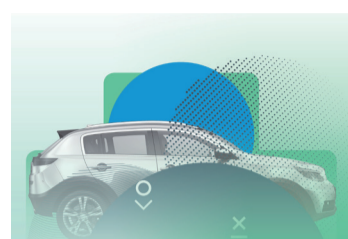
Na Mapfre, os canais digitais já representam 30% das interações. A empresa lançou novas plataformas de autosserviço, tanto para os clientes como para os corretores, com a incorporação de inteligência artificial aos processos, por meio de chatbot e análise digital dos danos. O sistema de vistoria mobile no momento do sinistro permite que o segurado faça a avaliação completa dos danos em seu veículo em 16 segundos e tenha a liberação do reparo – com indicação de oficina mais próxima – em, no máximo, quatro horas.

Saint’Clair Lima, da Bradesco Seguros, diz que as iniciativas de transformação digital da seguradora têm como princípio aperfeiçoar a experiência dos clientes. “O consumidor ganhou ainda mais protagonismo e conscientização sobre coberturas e serviços. Isso inclui uma oferta cada vez mais customizada por parte do corretor, onde e quando quiser, de forma simples e ágil”, ele descreve. “Essa é uma revolução em andamento na forma de comercializar e consumir os serviços do mercado de seguros, com ganhos para todos.”

CLI:TOKIO MARINE SEGUR

OS ELEITOS

Metodologia foca no desempenho, na liderança e em números positivos dos balanços



SEGURO AUTO

1. TOKIO MARINE
2. MAPFRE
3. BRADESCO AUTO



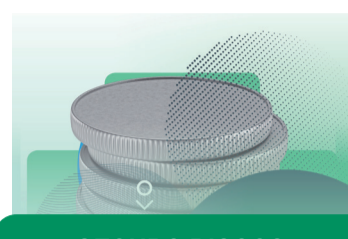
SEGUROS GERAIS

1. CAIXA SEGURIDADE
2. AUSTRAL SEGURADORA
3. FACTA SEGURADORA



SEGURO PATRIMONIAL

1. ZURICH
2. CHUBB SEGUROS BRASIL
3. LUIZASEG SEGUROS



SEGURO RISCOS FINANCEIROS

1. POTTENCIAL
SEGURADORA
2. ALLIANZ TRADE
3. COFACE



SEGURO SAÚDE

1. BRADESCO SAÚDE
2. SEGUROS UNIMED
3. SUL AMERICA CIA DE
SEGURO SAÚDE



SEGURO VIDA E PREVIDÊNCIA

1. BRADESCO VIDA
E PREVIDÊNCIA
2. BRASILPREV SEGUROS
E PREVIDÊNCIA
3. CAIXA VIDA
E PREVIDÊNCIA



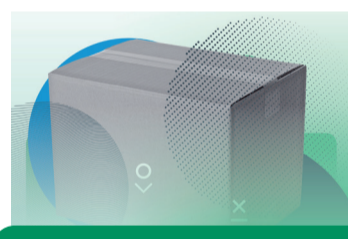
CAPITALIZAÇÃO

1. BRADESCO
CAPITALIZAÇÃO
2. SANTANDER
CAPITALIZAÇÃO
3. CAIXA CAPITALIZAÇÃO



FINANCEIRAS - GERAL

1. SANTANDER
FINANCIAMENTOS
2. ZEMA FINANCEIRA
3. OMNI CFI



FINANCEIRAS - VAREJO

1. SANTANDER
FINANCIAMENTOS
2. OMNI CFI
3. NEGRESKO CFI



FINANCEIRAS - GRUPOS

1. LUIZACRED CFI
(Magazine Luiza)
2. ZEMA FINANCEIRA
3. ATRIA CFI
(Greca Asfaltos)



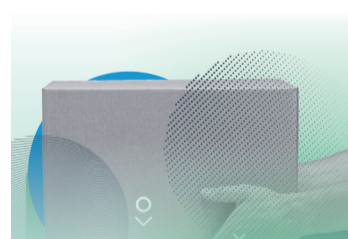
LEASING

1. SANTANDER LEASING
2. HP FINANCIAL SERVICES
3. CCB BRASIL LEASING



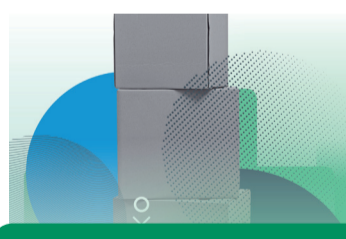
CORRETORAS E DISTRIBUIDORAS

1. ITAÚ CV
2. BB ASSET
3. ITAÚ DTVM



BANCOS - VAREJO

1. BRADESCO
2. ITAÚ UNIBANCO
3. BANCO DA AMAZÔNIA



BANCOS - ATACADO E NEGÓCIOS

1. BTG PACTUAL
2. CITIBANK
3. MODAL



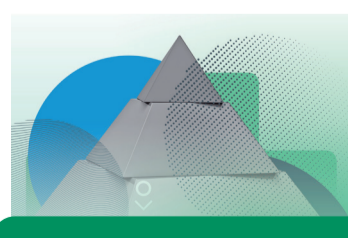
BANCOS - FINANCIAMENTO

1. OMNI BANCO
2. BANCO SICOOB
3. PACCAR FINANCIAL



BANCOS - GRUPO E MONTADORAS

1. BANCO CNH INDUSTRIAL
2. JOHN DEERE
3. FIDIS



BANCOS - MIDDLE MARKET

1. SOFISA
2. BRP
3. BANCO INDUSTRIAL
DO BRASIL



BANCOS DE VAREJO IMPULSIONAM TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Em busca de maior eficiência, instituições ampliam os atendimentos pelos canais digitais e reduzem a estrutura física

O Bradesco foi a primeira empresa da América Latina a comprar um computador, em 1962. Essa ligação íntima com a tecnologia continua guiando as estratégias do banco, a tal ponto de ter nomeado a transformação digital como um dos quatro pilares que guiarão a companhia rumo ao futuro – ao lado de clientes, funcionários e sustentabilidade.

“Hoje, 98% das transações do banco já são realizadas por canais digitais, enquanto as estruturas físicas vêm sendo gradualmente reduzidas – nos últimos três anos, o número de agências caiu de 4,5 mil para 2,8 mil.

O número de transações financeiras realizadas por mobile e internet chegou a 2,2 bilhões nos primeiros nove meses de 2022, quase 150% a mais do que os 900 milhões de operações registradas no mesmo período de 2020.

Muito desse crescimento pode ser creditado ao sucesso da BIA (acrônimo de Bradesco Inteligência Artificial), chatbot de atendi-

mento do banco que já ultrapassou a marca de 1,5 bilhão de interações desde que foi lançado, no final de 2018. O sistema representa, no entanto, apenas uma parte dos R\$ 6,9 milhões em tecnologia que serão investidos este ano pela empresa.

Números superlativos

Com 88,8 mil funcionários, o Bradesco está se preparando para celebrar os 80 anos em 2023. A grande missão é manter o espírito jovem e inovador, ainda que surjam inevitáveis dificuldades pelo caminho. “Superamos períodos desafiadores, com mudanças econômicas globais recentes e seus efeitos em todos os mercados. Nossa linha de trabalho foi e continua sendo resiliência, eficiência e qualidade”, diz o CEO, Octavio de Lazari Jr.

Outra instituição que se destaca no Finanças Mais é o Itaú. Com 100,4 mil funcionários, no Brasil e no exterior (está presente em 18 países),

o banco alcançou valor de mercado de US\$ 52,6 bilhões no início de novembro e é considerado a marca mais valiosa do Brasil pelo ranking Interbrand – R\$ 40,5 bilhões.

O Itaú também vem ampliando rapidamente a participação das interações digitais – de 71% no terceiro trimestre de 2020 para 92% no mesmo período de 2022 –, o que permite a redução gradual da estrutura física. Do início de 2019 para cá, duas em cada dez agências no Brasil foram fechadas.

O pódio da categoria Bancos – Varejo do Finanças Mais é completado pelo Basa, o Banco da Amazônia S/A. Com 119 agências, a instituição atua nos nove estados da Amazônia Legal, além da capital de São Paulo. Maior agente financeiro do governo federal da região amazônica para promoção do desenvolvimento regional, completou 80 anos em julho de 2022.

A data foi celebrada com um feito histórico – lucro líquido de R\$ 439,2 milhões no primeiro semestre, crescimento de 45% em relação ao mesmo período do ano anterior, maior resultado para a primeira metade do ano já obtido pela instituição. Essa evolução foi impulsionada principalmente pela ampliação das atividades relacionadas ao agronegócio e pelo crédito às micro e pequenas empresas.

CLI: BANCO SOFI

ENTREVISTA **IVAN GONTIJO**, PRESIDENTE DO GRUPO BRADESCO SEGUROS

O SEGURADO SOB FOCO

Em mercados competitivos, tecnologia e personificação fazem a diferença

Nos vários segmentos do universo dos seguros, existem linhas mestras que não podem ser abandonadas. Uma delas, que faz parte da estratégia da Bradesco Seguros, segundo Ivan Gontijo, presidente do grupo, é ter um produto adequado para cada cliente. Leia, a seguir, trechos da entrevista com o executivo.

Em termos gerais, dentro da área de seguros, quais as principais tendências para o médio e longo prazo? O que mudou nesse último ano?

A tendência continuará sendo de expansão do mercado, como ocorreu nos últimos anos, apesar do cenário econômico desafiador que todos conhecemos. A crescente utilização de novas tecnologias ditará o ritmo de evolução da transformação digital que vem impactando o setor, devendo, portanto, continuar como foco do Grupo Bradesco Seguros em 2023. O clientecentrismo, que consiste em ter a perspectiva do segurado em tudo o que desenvolvemos, é a nossa estratégia permanente para que a proteção do seguro alcance mais famílias e empresas de forma adequada. Nessa direção, temos lançado planos de saúde de cobertura nacional, mas com foco regional e redes selecionadas de prestadores que são referência em cada cidade e investido em segmentações de seguros empresariais e residenciais, bem como na diversificação dos portfólios de seguros de automóvel e vida e no aprimoramento da grade de planos de previdência privada.

No caso da previdência privada, como esse produto está presente na vida do brasileiro? É algo já bastante consolidado?

O segmento de previdência privada tem um imenso potencial de crescimento. Na Bradesco Vida e Previdência, seguimos com o compromisso de continuar investindo no desenvolvimento de produtos modernos e competitivos que privilegiam a visão de longo prazo. Além de oferecer suporte consultivo aos nossos clientes, para a construção do maior bem-estar possível ao longo de seus ciclos de vida.

O setor de Vida cresceu mais após a pandemia?

No cenário de pandemia, o Seguro de Vida ganhou espaço no dia a dia dos brasileiros, que passaram a refletir mais sobre o nível de proteção de que dispõem e como podem atuar para melhorá-lo. Outro efeito desse período foi a mudança na visão do conceito do produto, que passou a ser percebido como um fator de prevenção, essencial ao cuidado e planejamento financeiro, podendo ser utilizado em vida. Em 2022, até setembro, os prêmios do Seguro de Vida da companhia apresentaram crescimento de 16,7% enquanto a média do mercado ficou em 12,6%, segundo dados da Susep.

O setor de saúde é sempre bastante competitivo. Quais os desafios que vocês estão enfrentando nesse segmento?

O segmento de seguro-saúde é tradicionalmente pró-cíclico, influenciado pelo movimento da economia, sobretudo pelos in-

dicadores de emprego e renda. Entretanto, a pandemia reforçou esse produto à condição de prioritário para a sociedade. As famílias querem estar protegidas, e isso também se reflete na demanda das empresas, que querem garantir a tranquilidade de seus colaboradores com a oferta desse benefício. Prova disso é que o número de brasileiros que possuem plano de saúde vem crescendo de forma consistente nos últimos dois anos e meio, e acaba de superar a marca de 50 milhões de beneficiários, de acordo com os dados de setembro da ANS. Na Bradesco Saúde, temos tido uma experiência bastante positiva com a diversificação de nosso portfólio, com destaque para o desenvolvimento de planos com olhar regional e cada vez mais flexíveis para pequenas e médias empresas.

Os consumidores estão cada vez mais digitais, exigentes e em constante transfor-

mação. Quais estratégias o mercado segurador deve adotar para garantir a lealdade dos clientes mesmo com a transformação digital?

A estratégia de atuação do Grupo Bradesco Seguros é baseada na melhoria contínua do relacionamento com o corretor e na centralidade do cliente. Nossos esforços são focados em proporcionar uma experiência cada vez melhor ao longo das jornadas, por meio da disponibilização de canais de atendimento que possam realizar o atendimento conforme o cliente e o corretor desejarem. Entendemos que o físico e o digital são complementares – o “phygital” – e que o virtual pode, em muitos casos, auxiliar no atendimento humano, tão fundamental para as nossas relações. Nesse sentido, podemos fazer uso da transformação digital para desburocratizar processos, mas jamais sem renunciar à parte humana, essencial no nosso mercado segurador.



Divulgação

BOM DESEMPENHO EM TEMPOS INCERTOS

Bancos de investimento apresentam receita recorde em meio aos múltiplos desafios dos últimos anos

O terceiro trimestre de 2022 foi o terceiro consecutivo em que o BTG Pactual, maior banco de investimentos da América Latina, bateu seus recordes de receita e lucro líquido. Esses resultados evidenciam o quanto a instituição, destaque principal da categoria Bancos – Atacado e Negócios do Finanças Mais, tem conseguido superar os desafios dos últimos tempos, marcados por incertezas e alta volatilidade.

Não se trata de uma novidade na trajetória do BTG Pactual: fundado em 1983, o banco tem um histórico de boa performance independente do cenário macro. E motivos para incertezas não faltaram de 2020 para cá: pandemia, guerra na Ucrânia, inflação, cenário político polarizado e tenso no Brasil.

Mesmo com tudo isso, as receitas do BTG Pactual cresceram 24% nos últimos 12 meses, chegando a R\$ 13,6 bilhões nos nove primeiros meses do ano, enquanto o lucro líquido cresceu 28% e alcançou R\$ 6,5 bilhões nos mesmos períodos. O retorno ajustado sobre o patrimônio (ROAE) foi de 21,5% e o Índice de Basileia – referência internacional que avalia o risco de se investir numa instituição, considerando-se a proporção entre dinheiro próprio e capital de terceiros – fechou o trimestre em 15,2%, pata-mar considerado bastante seguro pelo mercado. O banco celebrou recentemente a marca histórica de R\$ 1 trilhão de recursos de clientes sob sua gestão e administração.

“Nossos negócios estão cada vez mais diversificados e recorrentes, com maior contribuição das franquias de clientes e crescente alavancagem operacional a cada trimestre”, afirma Roberto Sallouti, CEO do BTG Pactual. Hoje, a instituição conta com mais de 4,8 mil colaboradores em escritórios espalhados pelo Brasil, Chile, Argentina, Colômbia, Peru, México, Estados Unidos, Portugal e Inglaterra. “Continuaremos focados em garantir excelência e inovação nos serviços prestados e no atendimento aos nossos clientes e parceiros, e no retorno consistente aos nossos acionistas”, conclui o executivo.

Disrupção e crescimento

O segundo lugar da categoria ficou com o Citibank, uma grande corporação global, com mais de 200 anos de história e presença em 95 países – são 200 milhões de contas de clientes e movimentações diárias na casa de US\$ 4 trilhões. No Brasil, o Citi opera desde 1915 e oferece uma ampla gama de serviços bancários para clientes corporativos, institucionais e de altíssimo patrimônio. Atua também como assessor financeiro de grandes empresas nos mais diversos setores.

O Citi Brasil fechou o primeiro semestre de 2022 com lucro líquido de R\$ 963 milhões, crescimento de 56% em relação ao mesmo período do ano anterior. Em atenção ao crescente apelo por sustentabilidade, o banco criou há mais de dez anos uma área global dedicada a implementar as melhores práticas ambientais para os seus clientes e para as comunidades. Com isso, tem forte presença nas principais operações ESG realizadas no mercado brasileiro.

O terceiro lugar na categoria ficou com o Modal. Fundada em 1996, no Rio de Janeiro, a instituição se consolidou como um banco de investimento com forte atuação em estruturação, coordenação de grandes operações no mercado nacional e parcerias estratégicas com os principais agentes e líderes internacionais. O negócio foi sendo gradualmente ampliado, com a combinação entre operações típicas de um banco e a atuação de uma corretora.

No ano passado, o Modal abriu capital na bolsa e recentemente passou a fazer parte do grupo XP, operação aprovada em julho pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade). “O Banco Modal e a XP estão convictos de que o mercado brasileiro tem enorme potencial de disrupção e crescimento, e que esta combinação de negócios viabilizará a aceleração desse processo”, afirmou o comunicado distribuído pelo Modal na ocasião.



CLI:AUSTIN RATING SERVI