

Por Marcia Camacho (*)

O último ano vai ficar marcado como um dos períodos mais desafiadores da economia brasileira. Pressionado pelo efeito da retomada pós pandemia, o país chegou a registrar índices recordes de inflação em alguns meses, como em abril -- o maior em 26 anos, de acordo com o IBGE. Como resultado, tivemos uma queda significativa no poder de compra da população. No entanto, em sentido contrário, a arrecadação de prêmios do Seguro Auto cresceu mais de 23% em 2022, atingindo a marca de R\$ 10,6 bilhões, segundo dados da CNSEG.

Os números mostram que o ramo de seguro de automóvel continua a ter uma participação relevante nas vendas de seguros no Brasil, mas mesmo assim ainda existe uma lacuna que pode ser preenchida. Apenas cerca de 30% da frota brasileira possui a proteção do seguro, segundo a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais. A adesão em automóvel é maior que os seguros de vida (17%, segundo a Federação Nacional de Previdência Privada e Vida) e seguro residencial (14%, segundo a Superintendência de Seguros Privados).

Entre os motivos que justificam a baixa penetração do seguro de automóvel (aproximadamente 70% da frota sem proteção) temos o desconhecimento em geral sobre a indústria de seguros. Outro fator está relacionado ao cenário macroeconômico. Quando temos ciclos de baixo crescimento, observamos maior desemprego e perda de renda, afetando diretamente o poder aquisitivo, comprometendo a compra de veículos e conseqüentemente a de seguros. Não podemos deixar de mencionar a questão da superstição. Muitas pessoas acreditam que fazer seguro atrai o risco, por mais contraditório que isso possa parecer.

A partir do fim de 2021 e em grande parte de 2022, os preços dos seguros de carro sofreram aumentos expressivos, refletidos pelo aumento do valor dos carros novos e usados, ainda na esteira das quebras das cadeias de suprimento globais em função da pandemia da COVID-19. Pessoas que há anos vinham renovando suas apólices com expectativa de redução de preço em função da desvalorização dos carros usados e também pelo desconto que recebem quando não têm sinistros foram surpreendidas com aumentos significativos. A valorização muito grande no preço dos carros usados nos ajuda a explicar este fenômeno. Na falta de oferta de carros 0 km, os carros usados tiveram um aumento de preço poucas vezes visto. De acordo com dados do Top 10, estudo mensal da média de cotações que realizamos na Minuto Seguros, alguns veículos registraram altas de mais de 40% no valor do seguro durante o ano passado.

Para 2023, um dos caminhos para ampliar o mercado passa pela educação financeira - em nosso caso especificamente sobre seguros - com o objetivo de ampliar o conhecimento através do uso de uma linguagem simples e clara. Dados de uma pesquisa interna do Google revelam que 22% dos entrevistados não sabem como o seguro automotivo funciona, enquanto 16% não confiam nas seguradoras. É importante apontar as vantagens do seguro como fator de liberação de poupança - ao fazer seguro, as pessoas não precisam manter um volume importante de sua liquidez para constituir uma reserva de emergência, podendo ser substituídas por apólices de seguro.

Interessantemente, mesmo com todo avanço tecnológico permitindo que apólices possam ser contratadas de forma 100% online, o atendimento humano não deixou de existir. Dada a complexidade da contratação de diversos tipos de apólices, percebemos que o consumidor de seguros demanda os serviços de consultoria do corretor para fazer a escolha do produto que atenda suas necessidades específicas, otimizando a relação entre custo e benefício. Isso se mostra mais presente nas contratações de apólices para pessoas jurídicas. O atendimento humano também se destaca no apoio ao cliente em situações de sinistro, momento no qual alguma fatalidade ocorreu. O contato humano apoiado por ferramentas tecnológicas faz com que a solução venha mais rápida, mas com empatia dada a delicadeza da situação.

Segundo dados do World Insurance Report 2021, 82% dos brasileiros buscam nos corretores aconselhamentos mais detalhados sobre a contratação de seguros. Além disso, 77% dos

consumidores buscam o corretor para sanar dúvidas e pedir orientações, enquanto 63% recorrem ao canal digital.

O mercado de seguros continua a apresentar potencial elevado de crescimento no Brasil, tanto nos seguros para pessoas físicas como nos seguros empresariais. Quanto mais o mercado se comunicar de forma clara, maior a chance de crescimento da indústria. Neste sentido, se juntarmos os avanços tecnológicos com o atendimento humanizado dos corretores, teremos uma combinação poderosa para proteger uma quantidade cada vez maior de pessoas e empresas.

(*) **Marcia Camacho**,
diretora de operações da Minuto Seguros

Fonte: Idealhks, em 08.05.2023