

Segurês não. Este é um dos temas do CQCS Insurtech & Innovation, evento que acontece em São Paulo até amanhã (26). Transformar o segurês em uma linguagem acessível à população é um dos principais pilares para que o setor de seguros se aproxime dos brasileiros e que está dentro da estratégia do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros, Previdência Aberta, Saúde Suplementar e Capitalização (PDMS), apresentado por Dyogo Oliveira, presidente da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), em sua participação na abertura do evento.

São 65 metas necessárias para aumentar em 20% a parcela da população atendida pelos diversos produtos do mercado de seguros, previdência aberta, saúde suplementar e capitalização. Também é estimado que o pagamento de indenizações, benefícios, sorteios, resgates e despesas médicas e odontológicas avance dos atuais 4,6% do PIB para 6,5% do PIB. Como consequência, a meta é que a arrecadação do mercado atinja 10% do PIB nacional em 2030.

Para isso, é vital trabalhar a imagem do setor como um aliado no planejamento financeiro de indivíduos, famílias, empresas e governos. "Definimos como um dos principais objetivos alcançar o consumidor que pensa que não tem capacidade de renda para comprar um seguro. E mesmo o que tem, hoje não busca no seguro uma solução para seus problemas por falta de entendimento do que está sendo ofertado. Muitos ainda não entendem os jargões do setor. Temos de simplificar a nossa comunicação para levarmos o seguro à toda sociedade", disse.

Para ilustrar, Oliveira citou indicadores econômicos sobre 67% das pessoas ganharem menos de dois salários-mínimos no Brasil. "Temos de ter um vocabulário certo e um processo de comercialização correto para que essas pessoas entendam o seguro. Essa aproximação com os consumidores demandará um grande esforço de comunicação e engajamento", enfatizou.

Além da imagem e da regulamentação, outro passo decisivo para o sucesso do PDMS é a união. O Plano, fruto do esforço conjunto da CNseg, suas federações associadas – FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde e FenaCap –, a Fenacor e diversas empresas do mercado de seguros brasileiro, foi criado a partir da percepção de que o mercado de seguros pode gerar mais reservas para a poupança nacional e direcionar mais recursos para importantes projetos nacionais, ao apoiar iniciativas públicas e privadas. "É um plano dinâmico e queremos que todos participem com suas ideias, principalmente os corretores de seguros, que trazem a demanda do consumidor para que as seguradoras possam desenvolver novos produtos. É importante nos unirmos em torno dessas ações, defendendo as mesmas ideias e levando para o governo, para o legislativo, para a mídia essas ações. Juntos será difícil. Separados, impossível", finalizou.

Fonte: CNseg, em 25.07.2023