

Por Antonio Penteado Mendonça

Quem não tem familiaridade com o mercado segurador, invariavelmente tem a sensação de que é um mercado mais ou menos rígido, com poucos movimentos alterando a sua composição ou a posição das companhias, no ranking ou em produtos.

Mas a realidade não é esta. Se fizermos um corte dos últimos 50 anos, veremos mudanças significativas, tanto nas companhias, como nos produtos comercializados. Começando pelos produtos, até para explicar o desempenho de algumas seguradoras que se destacaram ou sumiram, na década de 1970, os seguros importantes eram incêndio, vida, transporte e lucros cessantes. As seguradoras se preocupavam mais em aceitar grandes riscos do que focar no varejo, com pequenas apólices que tinham alto custo administrativo e rendiam pouco. Mesmo o seguro de automóveis era um produto marginal, que as seguradoras aceitavam emitir para contentar os grandes clientes das contas empresariais.

Nessa época, as três grandes seguradoras eram Sul América, Atlântica-Boa Vista e Internacional de Seguros, todas independentes, quer dizer, não ligadas a conglomerados financeiros. As seguradoras ligadas a banco estavam começando a surgir e, num movimento improvável, o Bradesco se uniu à Sul América e à Atlântica-Boa Vista, para, depois de alguns anos, desfazer a parceria e a Atlântica-Boa Vista se tornar a Bradesco Seguros, até hoje a maior seguradora brasileira e responsável por parte importante dos resultados do grupo.

Ao longo do tempo, a Internacional de Seguros desapareceu, bem como outras seguradoras importantes, que ou foram compradas e mudaram de nome, ou simplesmente sumiram, por uma razão ou outra. É o caso da Paulista de Seguros, que virou Liberty, que acaba de ser comprada pela HDI, seguradora alemã que desembarcou no Brasil no final dos anos 1970, chamando Hannover Internacional, associada à Internacional de Seguros.

E sumiram a Nacional, transformada em Unibanco Seguros, São Paulo, Cruzeiro do Sul, Bandeirantes, Marítima, Indiana e tantas outras, que deram lugar a novas companhias, que vieram ocupar seus espaços e atuar com produtos diferentes, tendo como carro-chefe o seguro de automóvel, a grande contribuição da então Porto Seguro, atual Porto, para o desenvolvimento acelerado do faturamento do setor.

Da mesma forma que as seguradoras mudaram, os produtos mudaram. O seguro de incêndio deixou de ser o carro-chefe e hoje atravessa um período delicado em função do abandono da tarifação técnica em favor do preço, que teve como consequência a não aceitação de uma série de riscos, por causa da alta sinistralidade não ser coberta pelo preço baixo do seguro. Em seu lugar, pontifica o seguro de automóvel, com mais de 30% de participação no faturamento do mercado e o preferido de seguradoras e corretores de seguros.

De uns anos para cá, estão surgindo novas companhias, com propostas inovadoras, tanto para produtos, como para a comercialização. Evidentemente, como já aconteceu no passado, algumas delas acabarão desaparecendo, por quebra ou aquisição. Mas muitas seguirão em frente, se consolidando e contribuindo para o dinamismo de um mercado que pretende atingir faturamento igual a 10% do PIB em 2030.

Fonte: [SindSeg SP](#), em 05.04.2024.