

Por Alex Ricciardi

O potencial do mercado de seguros no Brasil é enorme. Por isso é que gigantes como a italiana Generali resolveram voltar suas baterias para o país. A companhia atua no Brasil desde 1925 (foi a primeira seguradora estrangeira a chegar aqui), e em agosto do ano passado chamou um profissional com mais de 30 anos de experiência, Hyung Mo Sung, para liderar sua filial local. “O mercado brasileiro tem amplo potencial de crescimento para seguros. O volume movimentado no país não passa de 4% de toda a produção da economia, bem abaixo de nações como os Estados Unidos (7,5%), Japão (11,1%) e Inglaterra (11,5%)”, afirma Mo Sung. Mas quais são os nichos nesse mercado no Brasil que se mostram mais promissores? “Destacaria as inovações em seguro de automóveis”, responde ele. “A tendência é o uso de tecnologia embarcada, telemática, o que já tem grande força na Europa. Lá é possível monitorar o perfil de condução do motorista e ajustar o preço do seguro às informações capturadas. Além disso, o Brasil conta com diversos projetos de infraestrutura em andamento, os quais necessitarão de seguros patrimoniais e de engenharia.”

Uma classe de empresas terá um papel relevante a desempenhar no setor. São as corretoras, que fazem a ponte entre clientes e seguradoras (veja boxe). Uma das maiores é a Marsh Brasil, comandada por Eugenio Paschoal. Ele avisa: essa indústria tem de se modernizar no país. “Não podemos mais viver na dependência de um processo de emissão de apólices que, em muitos casos, demora até seis meses. O consumidor acaba comprando uma promessa e não um contrato. A ineficiência do mercado é enorme em comparação ao sistema bancário, por exemplo, onde o extrato de uma conta chega aos olhos do cliente instantaneamente, de forma precisa, dispensando conferências”, ressalta.

Outra importante corretora é a Aon Brasil, com mais de 1.200 funcionários e 11 escritórios no país. Marcelo Munerato de Almeida, seu CEO, traz ao debate um dado significativo: os gigantes mundiais dessa indústria já estão quase todos por aqui — e os que ainda não vieram, deverão vir. “Nos últimos dois anos houve investimentos relevantes de corporações multinacionais no Brasil, tanto em seguros gerais quanto em seguros focados em pessoas”, diz ele. “Os principais players globais fazem parte do mercado local, que é muito bem estruturado.” Bem estruturado e peculiar: “Somos por índole mais preocupados com o aqui e agora. Quando observamos nosso mercado, vemos que o brasileiro oferece sua atenção para seguros de automóveis e de objetos de valor, ao passo que outros países visam o futuro, adquirindo mais apólices de vida e previdência. Nossa cultura é claramente diversa, e temos que adequar produtos, serviços e soluções às demandas do consumidor”, adverte Munerato. Mas, súi generis ou não, o fato é que os seguros no Brasil atravessam um ano desafiador.

E como o vêm enfrentando? Um dos maiores especialistas do país nesse campo, o consultor Francisco Galiza, responde: “Quando comparado a uns dois ou três anos atrás, o setor está pior, como de resto toda a economia. Mas, em relação a outras áreas — a indústria, em especial —, está melhor. A vantagem é que temos um potencial muito grande para crescer. As desvantagens são a renda menor dos brasileiros quando comparada à de países mais desenvolvidos, o que inibe a aquisição de apólices, e a falta de uma ‘cultura de seguros’ na população”. São de Galiza, por sinal, os mais respeitados rankings de seguradoras do país. Ele os faz, anualmente, sob encomenda do SincorSP (Sindicato dos Corretores de Seguros e Resseguros no Estado de São Paulo).

Mas até nossas dificuldades revelam-se oportunidades para as empresas do ramo. Por exemplo: o Brasil vem sendo varrido por escândalos de corrupção. Dirigentes empresariais temem que sua reputação e patrimônio sejam atingidos. Diante disso, já está disponível no mercado o seguro de responsabilidade civil para executivos, conhecido como D&O (Directors and Officers). “A procura por D&Os deu um salto desde o início da vigência da Lei Anticorrupção, em janeiro do ano passado. Mas mesmo antes essa carteira já vinha tendo resultados excepcionais. Tanto assim que em apenas cinco anos, entre 2009 e 2013, a receita apurada com a venda do produto cresceu 85%”,

conta Armando Vergilio, da Fenacor. Vale lembrar que antes de a nova lei vigorar não havia punição às empresas, mas apenas às pessoas físicas por atos de corrupção. Agora, se condenada por ações ilícitas, uma corporação pode sofrer penalidades pesadas e ser multada em até 20% do seu faturamento bruto. “Apesar de já ser vendido há um bom tempo no Brasil, o D&O praticamente era ignorado pelas empresas até recentemente.

A Lei Anticorrupção e os recentes escândalos mudaram isso. Em muitos casos, a contratação desse seguro de responsabilidade civil faz até parte dos benefícios oferecidos pelos conglomerados aos executivos”, ressalta Vergilio. Ou seja, há oportunidades a serem exploradas. “Segundo projeção da CNseg (Confederação Nacional das Seguradoras), o mercado de seguros nacional deve acelerar seu crescimento no próximo ano e expandir-se 12,4% em relação a 2014”, informa Carlos Magnarelli, CEO da Liberty Seguros no Brasil. “Ainda assim, a perspectiva para as seguradoras é desafiadora por conta da desaceleração econômica. O mercado pode ficar mais concorrido, com seguradoras em busca da manutenção do market share de suas carteiras, mas acredito que o setor vai continuar a expandir-se”, diz ele.

Na mesma linha confiante segue David Colmenares, CEO de Seguros Gerais da Zurich Brasil: “A Zurich tem 143 anos de história. Desenvolve estratégias e atua em mercados no longo prazo. O país continua sendo um mercado prioritário para nós. Muitas pessoas dizem no Brasil que essa é uma época de crise, mas vemos isso no mundo todo. Sim, a economia está desacelerada, mas é um momento para fazermos investimentos, construirmos um futuro sólido e garantirmos crescimento. O escritório brasileiro tem um papel muito importante nos resultados do grupo”.

Diante da crise, é consenso entre os líderes de seguros que alguma criatividade é mais que bem-vinda. Marcos Ferreira, presidente do BB Mapfre nas áreas de auto, seguros gerais e affinities, fala a respeito: “Já lançamos produtos em 2015 e seguiremos lançando. Agora estamos colocando no mercado, por exemplo, o Pró Trabalho, o qual oferece seguros de vida coletivos customizados para entidades de classe, sindicatos e empresas associadas”. E Ferreira defende: “É preciso descomplicar o seguro e inseri-lo ainda mais nas necessidades da sociedade — rompendo, inclusive, com a percepção comum que associa o produto, necessariamente, a momentos tristes ou dissabores”.

Dissabores, por sinal, estiveram bem presentes ao longo da vida de um dos maiores líderes que o setor de seguros brasileiro já conheceu — mas ele superou-os todos, tal como esse mercado precisa fazer agora. Antônio Cássio dos Santos assumiu em abril o cargo de CEO para Américas da Generali. Estão sob sua guarda as divisões da empresa em seis países da América Latina (Brasil, Argentina, Colômbia, Guatemala, Equador e Panamá), além dos negócios na América do Norte. Nascido em uma família humilde e com passagens marcantes por algumas das maiores seguradoras do planeta, ele comenta: “Vim para a Generali por ver na empresa um projeto de fato estimulante. Conduzirei sua estratégia na América Latina e nos EUA. É um passo a mais em minha carreira”. E Antônio Cássio finaliza: “As grandes catástrofes climáticas no mundo hoje — já não podemos dizer que são totalmente incertas. Séries históricas permitem, até certo ponto, que as quantifiquemos, e preservemos as pessoas contra elas. A indústria de seguros tem um papel a desempenhar aí. Há também a ascensão econômica das classes populares, não só no Brasil, mas no mundo todo; eis outra forte oportunidade para nosso setor. Esta é uma fase muito interessante da história dos seguros, porque podemos nos tornar algo importante para as grandes massas, aqueles indivíduos que necessitam resguardar os bens que enfim conquistaram após anos de trabalho duro. Estar vivo e presente neste momento extraordinário da profissão que escolhi me deixa imensamente feliz.”

**Fonte:** [Forbes](#), em 25.07.2015.