

Por Isabela Bolzani

**As seguradoras têm sofrido ante tendência de corte de gastos dos brasileiros no atual cenário. Alta na ocorrência de sinistros e menores prêmios traçam futuro de transformações para o segmento**

Com a necessidade de corte de gastos, pessoas físicas e jurídicas têm trocado seus contratos, optando por seguros mais baratos. Tendência tem impactado o setor que, ante impossibilidade de mudança nos preços, mostra dificuldades na retenção de clientes.

A alta competitividade e o menor poder de compra dos clientes têm prendido os preços das seguradoras em níveis abaixo do que seria o necessário para manter uma margem de lucro estável.

De acordo com o diretor executivo da Lockton Brasil, Nicholas Weiser, a situação financeira das operadoras de seguro tem preocupado o segmento no País.

"Todo o ano entram novas seguradoras no mercado e um menor volume de clientes. Soma-se isso à queda dos prêmios e ao crescimento dos sinistros", avalia.

As ocorrências existem não somente nos planos de saúde por conta de doenças causadas por estresse, mas também pelo aumento de roubos e pela falta de manutenção dos patrimônios.

Segundo os últimos dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep), o volume de sinistros cresceu 22% em junho em relação a igual mês do ano passado.

O diretor da Lockton destaca que, com a necessidade de baratear preços para impulsionar a contratação, as seguradoras têm mudado suas estratégias.

"Várias companhias estão dando prejuízo ou tendo que ganhar dinheiro com aplicações financeiras e, ainda assim, a dificuldade do momento de crise ainda tem limitado o crescimento", diz Weiser. "Desta forma, a maioria das operadoras abandonaram produtos voltados à pessoa física para trabalhar com os empresariais, porque não conseguiam repassar o preço ao consumidor final e a opção era sair ou quebrar", comenta o executivo ao DCI.

Informações da Susep apontam que, quando observado o consolidado do primeiro semestre deste ano, o aumento das ocorrências foi de 7,14% na comparação ao mesmo período de 2015.

De acordo com Sandro Cimatti, sócio-diretor da CVA Solutions, o setor de seguros passará por modificações, principalmente voltadas para os menores custos e para uma maior aderência de plataformas digitais, que facilitariam a contratação dos produtos.

"A saída de um seguro mais simples, com menos coberturas, está ganhando fôlego no mercado. Além disso, há também uma aderência maior pela compra de produtos online. Ambos ainda têm uma parcela pequena no mercado, mas cresceram e têm forte potencial", comenta Cimatti.

## Cultura de risco

Segundo uma pesquisa da CVA Solutions, cedida com exclusividade ao DCI, dos 5.232 usuários de seguros de automóveis entrevistados, 28% planejam mudar de seguradora. Destes, 81% o farão para tentar custos mais acessíveis e, quando perguntados se aceitariam um seguro com metade do preço atual, mas que só cobrisse roubo e perda total, 40% aceitaria.

Os especialistas ressaltam que o brasileiro não tem cultura de riscos e que não costumam pensar

na proteção por períodos de longo prazo.

Para Weiser, a falta de conhecimento das pessoas e a percepção do produto como custo e não como investimento, também engessam o mercado. "As pessoas acham caro e não contratam, enquanto as pequenas e médias empresas se consideram ocupadas demais tentando fazer seu negócio virar para pensar em sua proteção, e isso não poderia acontecer", comenta.

Os executivos destacam ainda que essa tendência de troca de produtos continuará forte até a melhora da economia e que, em algum momento, o setor refletirá a crise nos seguros. "E isso vai refletir ou em uma alta de preços, ou no aumento da franquia ou no corte de coberturas", afirma Weiser.

**Fonte:** DCI, em 24.08.2016.