

O presidente da HDI Seguros Murilo Riedel analisou os fatores que levaram ao fim do ciclo de crescimento no ramo e os desafios que os corretores deverão enfrentar nos próximos cinco anos

A participação da HDI Seguros no almoço do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), no dia 1º de agosto, no Circolo Italiano, resultou em um retrato atual bastante realista do seguro de automóvel. Recebido pelo mentor do CCS-SP Adevaldo Calegari e pelo secretário Evaldir Barboza, o presidente da HDI Murilo Riedel, acompanhado de sua diretoria, abordou a crise no seguro de automóvel. Ele analisou os fatores que causaram essa crise e apontou os desafios para o mercado em um futuro próximo, sobretudo para os corretores de seguros. Com o fim do ciclo de crescimento do ramo, vender seguro para veículos mais velhos será apenas um dos desafios para a categoria, que também terá de encontrar outros caminhos para manter a rentabilidade do seu negócio.

A origem da crise

De acordo com Riedel, por quase duas décadas até 2013 o seguro de automóvel cresceu impulsionado pela venda de veículos novos, que dobrou de 2 milhões de unidades por ano para quase 4 milhões. Esse desempenho, que não encontra paralelo com o restante do mundo, é explicado por Riedel como resultado da junção de fatores favoráveis com a demanda reprimida. Mas, 2013 foi o último ano em que o seguro de automóvel teve crescimento de dois dígitos (18%). Em 2014, o crescimento foi de 9%; em 2015, 3%; e em 2016, de apenas 2%. Os números, apurados por um time de 25 matemáticos da HDI Seguros, revelam o fim de um ciclo próspero para o ramo, acelerado pela crise econômica.

Embora a redução no consumo de automóveis seja um fenômeno mundial, a rápida queda nas vendas no Brasil nos últimos anos assustou o mercado de seguros. Com a desaceleração econômica e o aumento do desemprego, a venda de veículos novos caiu 46% de 2012 para cá. Em 2016, o crescimento da frota reduziu de 8% para 4% ao ano, somando 48 milhões de veículos em circulação. Segundo Riedel, as vendas retrocederam ao patamar de dez anos atrás. “Sabíamos que a estabilização nas vendas aconteceria um dia, mas um dia distante. Considerávamos-nos blindados”, disse.

Nessa nova realidade, a região Sudeste, e em especial São Paulo, que representa 68% dos seguros da região e 40% do mercado de automóvel, tem sofrido o maior impacto, em razão da saturação. Segundo dados apurados pela HDI, nos últimos quatro anos o estado vem apresentando o fraco crescimento de 3% no ramo de automóvel.

Para o mercado segurador, a retração no seguro de automóvel tem gerado forte impacto. De acordo com Riedel, entre 2012 e 2016, o *combined ratio* do ramo se manteve próximo ou acima de 100%. No último ano, o índice atingiu 106%. “Significa que recebemos R\$ 100 do nosso segurado e devolvemos R\$ 106 em serviços e sinistros”, disse. Mas, com a tendência de queda de juro, a operação do ramo com margens negativas deixará de ser equilibrada pelo resultado das aplicações financeiras, aumentando o prejuízo.

Tendências contra a rentabilidade

Todos os fatores que levaram à queda na venda de veículos resultaram em uma nova tendência ainda mais impactante para o seguro de automóvel: o envelhecimento da frota nacional. Desde 2010, o percentual de veículos com até cinco anos diminuiu 4% ao ano. Esta tendência associada à redução do poder compra resultou na queda de penetração do seguro de automóvel, de 36% em 2010 para 32% em 2016. Outra consequência do envelhecimento da frota é a vulnerabilidade à criminalidade. “O roubo de veículos mais antigos alimenta o mercado de desmanche e aumenta a

sinistralidade”, disse.

Mas, outras tendências também apontam para a redução da rentabilidade no ramo automóvel. Riedel apontou os canais de venda digitais, a maior sensibilidade do consumidor ao preço, diante da facilidade de comparação, e o uso de tecnologias para avaliação de riscos e prevenção de acidentes, além do carro autônomo. Existe, ainda, a preferência crescente da população por plataformas de transportes (ex: Uber) em detrimento do veículo próprio. “O seguro de automóvel será o seguro da jornada – de bicicleta, patinete, Uber, carro alugado, próprio etc. Essa relação muda daqui para frente e nos obriga a pensar em seguros de locomoção”, disse.

Considerando que a venda de veículos jamais voltará aos padrões anteriores, de quase 4 milhões de unidades ao ano, e que a taxa de penetração do seguro continuará caindo, Riedel avalia que não há como fugir do desafio de trabalhar com veículos mais velhos. Entretanto, para manter os resultados, ele prevê que as companhias deverão repassar o aumento de 20% ao preço do seguro de automóvel até 2022. Hoje, este seguro já representa uma pequena fatia no total do faturamento do setor, que é liderado por saúde e previdência. Mesmo assim, o presidente da HDI entende que é possível ao corretor diversificar as vendas na própria carteira. “Nosso desafio é fazer do automóvel uma plataforma de vendas”, disse.

Durante o debate com a participação de diversos associados do CCS-SP, o presidente do Sincor-SP Alexandre Camillo observou que o sindicato tem investido no conceito de empreendedorismo da categoria desde antes do agravamento da crise no seguro de automóvel. Ele comentou ainda as ações do Sincor-SP, destacando o trabalho conjunto com a Susep para a revisão da Lei do Desmonte e, consequentemente, viabilização do seguro popular de automóvel.

Fonte: Márcia Alves, em 04.08.2017.