

Por Isabela Bolzani

Apesar do desempenho aquém do esperado da economia local, as companhias apostam mais intensamente em soluções tecnológicas para trazer simplicidade e preços mais justos às apólices

Com o desempenho aquém do esperado no segmento de automóveis, as coberturas de vida e residencial deram fôlego ao resultado das seguradoras no primeiro trimestre. Para 2019, a expectativa é de ascensão digital e de criação de produtos mais específicos.

As quatro maiores seguradoras do País (BB Seguridade, Bradesco Seguros, SulAmérica e Porto Seguro) somaram R\$ 3,253 bilhões de lucro líquido no primeiro trimestre deste ano, um avanço de 15,23% frente ao registrado em 2018 (R\$ 2,823 bilhões).

Entre os principais avanços da carteira, o seguro de vida e a cobertura residencial foram os maiores destaques. De acordo com o primeiro vice-presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros de São Paulo (Sincor SP), Boris Ber, apesar do “compasso de espera” do mercado em relação à macroeconomia, esses produtos se destacaram.

“Assim como o restante do Brasil, o setor de seguros estava com as expectativas um pouco mais altas do que efetivamente está acontecendo. Algumas áreas, porém, acabam se destacando de forma surpreendente, como o seguro de vida, que desde o ano passado tem demonstrado um avanço inesperado. Muito disso vem de algumas indenizações mais específicas que vem sido ofertadas”, explica o executivo do Sincor.

Os últimos dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep) apontam que os prêmios ganhos com o produto compreensivo residencial avançaram 10,6% nos primeiros três meses deste ano contra igual intervalo de 2018, de R\$ 665,4 milhões para R\$ 736,1 milhões. Já o seguro de vida em grupo apresentou um aumento de 5,3% na mesma comparação, de R\$ 2,621 bilhões para R\$ 2,761 bilhões.

No caso da apólice residencial, Ber explica que parte do avanço vem principalmente pela forma como a cobertura tem sido apresentada. “O produto deixou de ser simplesmente um seguro residencial para ser também uma assistência e isso ajuda bastante na venda”, acrescenta o executivo.

Ao mesmo tempo, a entrada das insurtechs no mercado também tem impulsionado um crescimento nos resultados. Para o CEO da Thinkseg, Andre Gregori, esse movimento não somente colabora para a vinda de novos segurados como também incentiva a criação de produtos diferenciados.

“Apesar das incertezas que ainda existem no País, diversos setores têm se destacado exatamente porque as apólices são vendidas de forma simplificada e personalizada. É o que tem acontecido nas coberturas de automóveis e de vida, por exemplo, que avaliam mais o comportamento do segurado do que um perfil generalizado. Isso se traduz em preços mais justos”, avalia Gregori.

Ele completa que, ao mesmo tempo, a digitalização do mercado segurador e a entrada de novas gerações no setor também tem trazido mudanças. “O segmento evolui conforme as inovações chegam, então também vemos outras iniciativas acontecendo, como seguros de bicicletas, skates e patinetes, por exemplo, acompanhando a demanda desses novos clientes”, diz o CEO da Thinkseg.

Ber, vice-presidente do Sincor, avalia que a todo esse cenário também se acrescenta as soluções de sinistro por meio de aplicativos e a chegada de produtos mais enxutos, “que possam excluir coberturas que não são tão importantes para a realidade dos clientes de hoje”.

“É importante ressaltar, no entanto, que esses meios digitais carecem de uma regulamentação. Mas já vivemos uma revolução digital no setor e é um caminho sem volta”, complementa o executivo.

Produtos corporativos

No que concerne os seguros para pessoas jurídicas, os executivos entrevistados pelo DCI apontam a vinda de produtos simplificados também para os micro e pequenos negócios.

Ainda conforme dados da Susep, os prêmios ganhos pelo mercado com o compreensivo empresarial chegaram a R\$ 606,1 milhões no primeiro trimestre, alta de 15% em comparação a igual período de 2018 (R\$ 527,2 milhões).

Para Ber, os produtos corporativos devem, inclusive, deslanchar antes mesmo do que os voltados para pessoas físicas. “É um mercado que já começa a caminhar e que está esperando a retomada econômica para vir com mais força. Isso deve acontecer já no segundo semestre”, conclui.

Fonte: [DCI](#), em 15.05.2019.