

Por Antonio Penteado Mendonça



O Brasil tem baixo índice de penetração de seguros na sociedade. Grosso modo, o setor atende empresas médias e grandes e pessoas físicas dos segmentos A, B e C, ou a chamada classe média.

As razões para isso passam pela realidade socioeconômica nacional. Um país com uma população de mais de 200 milhões de pessoas, na qual cem milhões recebe até um salário-mínimo por mês, tem pouca condição de contratar seguro para todos.

A segunda razão é a falta do hábito de poupar e o quase que completo desconhecimento de noções básicas de educação financeira. O brasileiro não está habituado a fazer poupança. As causas para isso são variadas, entre elas os ganhos reduzidos e as incertezas econômicas que a cada cinco anos chacoalham a nação, em crises mais ou menos severas.

A terceira é o desconhecimento do seguro pela maior parte da população. Sem levar em conta as classes D e E, que mal têm noção do que seja um contrato e, portanto, não estão familiarizadas com transações mais complexas, como a contratação de um seguro, os cem milhões de brasileiros teoricamente seguráveis, também não estão familiarizados com o instituto, o que faz com que sejam superficialmente conhecidos os seguros de automóveis, vida e os planos de saúde privados, não como algo para ser contratado, mas algo para ser sonhado e desejado.

Vale também lembrar que o setor começou a crescer há menos de 30 anos, ou seja, é uma atividade recente, que, apesar disto, teve um desenvolvimento impressionante após o Plano Real. De 1994 para cá, o setor deu um salto, passando de uma participação de menos de um por cento no PIB para mais de seis por cento, mas este crescimento ainda é insuficiente para fazer do seguro um produto conhecido.

É possível fazer mais? Com certeza, mas é necessário se dar o desconto das razões supra para explicar por que ainda estamos longe das nações mais desenvolvidas.

Visando contribuir para a mudança do cenário e o aumento da participação do seguro no cotidiano da sociedade, a CNSeg (Confederação Nacional das Seguradoras) criou áreas destinadas a levantar dados e apresentar soluções para a democratização da atividade. Entre elas, a Comissão de Inteligência de Mercado (CIM), que, em função do aumento da contratação de seguros pelas micro e pequenas empresas, realizou um estudo sobre o assunto, confirmando de início que a falta de conhecimento sobre seguros e o alto índice de fechamento dessas empresas estão entre as razões que dificultam a contratação de produtos do setor pelo segmento.

O trabalho se divide em duas fases. A primeira é focada na melhor identificação e conhecimento deste universo. E a segunda, destinada a analisar e avaliar os produtos oferecidos para o segmento. Com este trabalho, a CNSeg pretende disponibilizar para as seguradoras ferramentas

mais eficientes para definir as ações e os produtos capazes de aumentar sua penetração no universo das micro e pequenas empresas.

A primeira parte do trabalho resultou num interessante estudo sociológico, com uma fotografia bastante exata dos players do segmento, tanto os microempreendedores, como os pequenos empresários. O estudo mostra de forma bastante clara as diferenças entre os dois, com os microempresários abrindo seus negócios quase que por necessidade de sobrevivência e as pequenas empresas sendo criadas como consequência do conhecimento anterior da atividade a que ela se dedica.

Atualmente, este universo é composto por quase dezessete milhões de empresas, com mais de 51% delas instaladas na Região Sudeste. A maioria se dedica ao comércio, seguidas pelas empresas de serviços. O estudo também identificou a alta dependência da renda familiar, o que pode ser uma ameaça, mas também é uma oportunidade importante para o setor de seguros desenvolver produtos de proteção de renda com foco específico.

É um estudo amplo e bem embasado, que desenha com detalhes um segmento importante, dando as condições necessárias para que as ações destinadas a atingi-lo sejam desenvolvidas com base em conhecimento e não em achismos.

**Fonte:** O Estado de São Paulo, em 12.04.2021.