

Indústria vê cenário favorável a crescimento de dois dígitos

Por

Nos últimos três anos, o crescimento da indústria de seguros foi robusto: 11,5% (2009), 14,2% (2010) e 16,3% (2011). No ano passado, apesar da crise mundial e do PIB brasileiro subir magros 2,7%, o setor de seguros manteve a trajetória de alta, acima das previsões iniciais. Segundo Jorge Hilário, presidente da CNseg, a perspectiva é que o mercado prossiga nessa rota em 2012, com avanço de 12,8%, mesmo num panorama econômico moderado, com um crescimento estimado do PIB em 3,2%.

Um dado de peso vem dos investimentos. "O setor encerrou 2011 com mais de R\$ 452 bilhões de investimentos em poupança interna, o equivalente a 11% do PIB, um garantidor de patrimônio e da tranquilidade das famílias brasileiras", reforça Hilário.

O economista Marcelo Neri, professor da Faculdade Getúlio Vargas e autor do livro 'A nova classe média', dá uma dica sobre o enorme contingente de consumidores para engordar a carteira de clientes das seguradoras. "Enquanto nos outros países a renda está em queda, aqui ela aumenta. Estamos vivendo a década da classe média no país, apesar de o Brasil ocupar o 12º lugar no ranking da desigualdade mundial."

Segundo dados organizados pela consultoria Siscorp, o mercado brasileiro de seguros formado pelos segmentos de seguros, saúde, previdência e capitalização arrecadou R\$ 207 bilhões, com crescimento real medido pelo IGPM de 8% sobre 2010. Esse volume alcançou 5% do PIB, contra 4,8% em 2010, informa o consultor Flávio Faggion.

O segmento de pessoas, que inclui saúde, vida e acidentes, planos de previdência e capitalização, representa 79% da arrecadação total do mercado, com R\$ 164 bilhões e crescimento real de 9%. Já o grupo de bens e serviços, composto pelos seguros de automóveis, patrimoniais, de responsabilidade, garantia e crédito, transportes, DPVAT, habitacional e rural participam com 21% da arrecadação do mercado total, com R\$ 43 bilhões e crescimento real de 4%.

No ramo de previdência privada, as perspectivas também apontam para um crescimento vigoroso em 2012. O setor arrecadou R\$ 53,5 bilhões no ano passado, o correspondente 16,26% de aumento anual. Em um mercado onde a concorrência é cada vez mais acirrada, as companhias estão sempre inovando as ferramentas de "busca", enquanto diversificam produtos para atrair os investidores.

Há planos tão customizados que oferecem assistência doméstica para a clientela feminina e até ajuda com as tarefas quando a criança está impedida de ir à escola por motivo de doença. "O cenário é propício e as expectativas são tão boas quanto as do ano que passou", afirma Renato Russo, vice-presidente da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (Fenaprevi).

Trocar os jargões econômicos por uma linguagem mais simples, de forma a criar um canal de comunicação direto com os investidores, tem sido um ponto em comum entre todas as companhias. No final do ano passado, a SAA América, por exemplo, decidiu simplificar sua linguagem para falar com seus segurados. "Em dezembro a companhia lançou uma campanha intitulada 'Previdência sem blá.. blá.. blá'. É um site específico que tem por objetivo tornar a seguradora uma referência no mercado nacional, passando informações de uma maneira simples, clara e objetiva", afirma Carolina de Molla, diretora técnica de seguro de pessoas e previdência. **(DB)**