

SEGUROS

Mais de 30 seguradoras operam em transporte, com vendas de R\$ 1,6 bi

EDUCAÇÃO

Pais estão mais preocupados com o futuro de seus filhos

Bradesco registrou crescimento de 4.000% em 2007, para R\$ 4,3 milhões em prêmios

SÔNIA ABEU
SÃO PAULO

Com a estabilidade da economia brasileira e a queda taxa histórica de juros, a Silec, hoje em 11,75%, boa parte dos segmentos de seguros e de previdência privada vivem em 2007 a demanda por seus produtos aquecer. Entre essas categorias, duas merecem destaque: seguro de vida educacional e previdência privada para jovens. Ambos os itens são voltados para aqueles que ainda não atingiram a maioria e estão conquistando, aos poucos, maior representatividade.

O seguro educacional visa dar continuidade ao pagamento das mensalidades escolares em uma eventual falta do mantenedor da família ou invalidez do mesmo. A previdência para jovens é um plano que pode ser aplicado nas modalidades Vilita ou PGIL e tem a função de arcar recursos até

o menor completar 21 anos. O intuito é que ele tenha receita para investir na universidade ou que, depois de formado, tenha verba para montar o próprio negócio. O beneficiário pode também continuar contribuindo para que essa seja a sua própria aposentadoria.

O mercado de seguro educacional movimentou, em 2007, cerca de R\$ 18,7 milhões em volume de prêmios, elevação bastante expressiva em relação ao ano anterior, quando a carteira total arrecadou pouco mais de R\$ 1 milhão. Já o mercado de previdência privada para jovens, mais consolidado, captou no ano passado R\$ 248,2 milhões - valor 136,5% superior ao registrado em 2006, de acordo com a Preseprev (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida).

A Bradesco Vida e Previdência, detentora de 24% do mercado de seguro educacional, encerrou 2007 com R\$ 4,3 milhões em prêmios - crescimento de 4.000%. Seu principal canal de distribuição são as escolas. Buscando disseminar o produto e torná-lo uma

extensão da matrícula escolar, a seguradora realizou um trabalho de prospecção com os corretores e realizou reuniões com eles nos colégios. "A estabilidade econômica apaga a memória inflacionária de alguns anos atrás e desenvolveu nos pais um pensamento a longo prazo, e eles passaram a investir para si próprios e para os filhos", atribui Sérgio Velasques, diretor executivo da Bradesco. "Há 15 anos sequer se falava em seguro."

Por ser sazonal, já que a maior procura se concentra entre os meses de outubro e fevereiro, quando se encerra o prazo das matrículas, é nesse período que as seguradoras concentram seus esforços. Em relação ao preço cobrado, Velasques explica que existem diversos fatores envolvidos, como o tempo de cobertura do pagamento da mensalidade em uma eventual falta dos pais, o preço da mensalidade, a idade do segurado e quantas pessoas vão aderir ao produto. "É como uma impressão digital, não existe duas impressões iguais", afirma. Apesar de ainda representar uma pe-

quena parcela da carteira total de seguro de vida da Bradesco (24%), a expectativa este ano, segundo Velasques, é que este ano haja um acréscimo de 19% na carteira, que hoje conta com cerca de 75 mil segurados.

Proteção e serviços

A Itaú Seguros é outro player desse segmento que, apesar de ter uma atuação mais tímida, R\$ 1,8 milhão em prêmios registrados em 2007, faz parte das apostas da seguradora. "As pessoas têm percebido que se proteger e proteger seus dependentes não custa caro", diz Oswald Nascimento, diretor executivo da Itaú. O aporte mínimo é de R\$ 20. "Em caso de falecimento, a seguradora paga o prêmio em forma de renda mensal até que o segurado atinja a maioridade", explica.

Em relação ao plano de previdência para jovens, entretanto, a participação da seguradora é bem mais madura. Com 1,1% de market share, a modalidade captou em no ano passado R\$ 173 milhões, 50% a mais que em 2006, e a expectativa, segundo



Estabilidade ajuda a programar o futuro, dir Velasques

Nascimento, é que cresça pelo menos mais 30% este ano. "É preciso investir para que os filhos estejam assegurados no futuro, já que o jovem tem encontrado dificuldade para conseguir emprego no mercado de trabalho". O segurado pode receber uma renda mensal a partir dos rendimentos para se manter ou custear o curso pós-graduação. Segundo o executivo, em torno de 35% dos clientes de previdência Itaú aderem à cobertura para os jovens.

Planos a partir de R\$ 25

Outro importante player nessa área é a Realprev Seguros e Previdência, que faturou em 2007 R\$ 630 milhões, arrecadando 53% sua

porção ao ano anterior. Com planos a partir de R\$ 25, a seguradora possui 400 mil clientes e 31% do mercado. "O poder de compra da classe C tem aumentado nos últimos meses e esse público está começando a se preocupar com investimentos futuros", defende João Batista Mendes Angelo, superintendente de produtos da seguradora. "É nítido o amadurecimento da procura pelo produto". Apesar de os planos serem majoritariamente adquiridos por pais (88%), o percentual de avós que apresentam os netos dobrou no ano passado, correspondendo a 4% do total, sendo o restante das aquisições feitas por tios e padrinhos.

TRANSPORTES

Seguradoras criam serviços para proteger vai e vem de mercadorias

SÔNIA ABEU
SÃO PAULO

Apesar do expressivo aquecimento na demanda por seguro de transportes ocorrido no segundo semestre do ano passado, as seguradoras têm buscado cada vez mais um diferencial para ampliar sua fatia nesse mercado, em grande parte pelo substancial número de players. Ao todo, são 30 seguradoras que, juntas, movimentaram R\$ 1,6 bilhão em 2007, valor 7,3% superior ao registrado no ano anterior. Em 2007, a antecipação dos pedidos de mercadorias do varejo, a estabilidade econômica e a queda do dólar estimularam a procura pela cobertura.

Além desses fatores positivos ao crescimento do segmento, houve, em contrapartida, um excesso de veículos nas estradas nacionais, que cercam de infra-estrutura, e o número de sinistros cresceu em decorrência de colisões. No caso da Liberty Seguros, a sinistralidade de saltou de 56% para 68%. "Outro ponto que contribuiu para o aumento do índice o apogeu aéreo, pois foi gerado um boom de acidentes em uma virtude do trânsito proporcionado", justificou Luiz Carlos dos Santos, diretor de transportes da seguradora. Em 2005 foi o melhor ano para a Liberty Seguros, pois houve elevação de 20% no faturamento. Em 2006, o volume de prêmios atingiu R\$ 76 milhões, mas em 2007 foi registrada uma queda, para R\$ 60 milhões.

Para reverter a situação, entretanto, a Liberty está lançando um

AS 10 MAIORES

Transporte cresce 7,3% em 2007 (em R\$ mil)

Empresas	Prêmios	Market Share (%)	Evolução (%)
Unibanco-AG	159.481	10,1	8,7
Bradesco	171.013	10,5	36,6
Allianz	147.957	9,0	37,9
ACE	128.376	8,0	1,7
Royal	128.255	7,7	11,7
Mapfre	125.242	7,7	-20,1
Sulamerica	110.120	7,3	11,4
Realprev	98.206	6,0	-6,0
Chubb	88.130	5,4	35,1
Liberty	71.427	4,4	10,1
TOTAL	1.631.002	100,0	7,3

Fonte: Susep

novo produto voltado para o embarcador no exterior. Com abrangência no Cone Sul, a apólice válida na Argentina e no Chile visa reduzir a burocracia no caso de sinistro ocorrido fora do território nacional. "Contratamos empresas de treinamento nesses países para ampliar o gerenciamento de risco e, o sinistro ocorrido em uma dessas localidades é a que ele é pago. Posteriormente é feito um acordo intercompária entre as unidades da Liberty no exterior e no Brasil para que haja o acordo", explica o executivo, complementando que a cobertura será ampliada à Venezuela e Colômbia.

Passando também na ampliação das apólices de seguro de transporte internacional, um dos chefes da seguradora, a

Unibanco-AG concebeu um novo produto voltado aos exportadores. "Recebimos em uma só apólice as coberturas de responsabilidade civil, transporte de mercadorias e contaminação de carga, oferecendo uma solução completa e integrada", pontua Denis Teixeira, responsável pela área de transportes na seguradora. Ele complementa: "apesar da queda do dólar, conseguimos ampliar em 70% a demanda pelo seguro de transporte internacional". Com elevação de 6% nos prêmios emitidos em 2007, para R\$ 208 milhões, a Unibanco é o líder do segmento. Para manter a posição, a seguradora espera um crescimento em torno de 20%.

O direcionamento ao mercado externo começou a surgir há cinco anos, quando as exportações

brasileiras cresceram de maneira expressiva e o seguro de transportes que existiam nas coberturas que oferecíamos e investimos em tecnologia, sistemas e na análise da cadeia de logística", conta Teixeira. "O mercado doméstico está muito soft. Não há muita diferença entre os preços das coberturas, por isso apostamos no diferencial do seguro para o embarcador".

A Apimil e compartilhada por Santos, da Liberty, para quem a pulverização do mercado interno é um entrave para o crescimento. "Há 10 anos, o mercado era refratário e a maior parte dos sinistros era ocasionada por roubos. Havia poucos players no mercado, apenas cinco ou seis seguradoras atuavam com transportes, pois poucas suportavam as perdas", conta Santos. Com o advento do gerenciamento de risco, de uns cinco anos para cá, outras seguradoras começaram a atuar nesse mercado", opina.

Na contramão

Em caminho oposto, a Allianz Seguros (antiga AGF Seguros) mantém o terceiro lugar do ranking da Susep (Superintendência de Seguros Privados) calculado nos seguros responsabilidade civil do transportador e transporte terrestre. Com R\$ 147 milhões em volume de prêmios registrados em 2007, a seguradora obtive alta de 30,5% em relação a 2006 e espera continuar o ritmo de crescimento em território doméstico.

A receita, segundo Marco An-



"Nossa aposta é em sistemas de emissão", diz Santos, da Allianz

tônio dos Santos, superintendente de transportes da Allianz, casos e sinistros e a replicação da subscrição e o rigor a que a análise de risco é submetida. "Vamos continuar investindo no atendimento e no sistema de emissão e cotação de mercado", afirma. Fator favorável ao resultado do ano

passado foi o aumento no número de indústrias no País, revela o executivo, consequência da estabilidade econômica e da ampliação da oferta de crédito. "A sinistralidade sofreu um pequeno aumento de 3% o que é inevitável, já que o risco no transporte nacional cresce", justifica.