

GARANTIA DE PROTEÇÃO

MUDANÇAS DE HÁBITOS POR CONSEQUÊNCIA DA PANDEMIA DEVEM IMPULSIONAR O CRESCIMENTO DE MODALIDADES DE SEGUROS

O mercado segurador não sentiu os efeitos da crise econômica causados pela pandemia do novo coronavírus. Empresas com solidez financeira, vasto portfólio e altamente disruptivas, seguiram normalmente com suas operações ao longo dos últimos meses. Este é o caso da Mapfre Seguros, por exemplo, que reforçou as soluções digitais para a realização de vistoria veicular e sinistro, mantendo seus colaboradores em home office. Além disso, aplicou condições especiais de renovação e pagamento integral da indenização em caso de morte por infecção pela Covid-19 nos seguros de vida, viagem, habitacional e prestamista.

Em 2019, a receita anual do setor de seguros teve evolução nominal de 12,1% – a maior taxa desde 2012 –, totalizando R\$ 270,1 bilhões sem contar Saúde Suplementar e DPVAT, conforme dados da CNseg – Confederação Nacional das Indústrias. Descontada a inflação, o crescimento

foi de 8,1%. Agora, os novos hábitos da sociedade podem apontar para quais caminhos este mercado pode crescer. “Infelizmente, no Brasil, muitas pessoas tiveram suas rendas impactadas pela crise do novo coronavírus, porém, numa fase de crise sanitária global, algumas pessoas passam a ter um novo olhar sobre os seguros, principalmente os de vida. Nossa expectativa é que o consumidor adote um perfil mais preventivo e direcionado à sua proteção, de sua família e da sociedade, abrindo portas para que ampliemos a cultura do seguro”, indica Luis Gutiérrez Mateo, CEO da Mapfre Seguros.

Segundo uma pesquisa da plataforma Bidu, entre março e abril de 2020, houve um aumento de 150% no número de consultas e cotações de seguro de vida, comparado ao mesmo período de 2019. O percentual mostra ainda que o interesse das pessoas pelo seguro de vida mais que dobrou. E isso já está sendo realidade para a rede de nanofranquias



em formato home office, TSValle, especializada nos mais variados tipos de seguro. “Nestes dois últimos meses, tivemos não só a procura, mas sim a adesão de novos contratos de planos de saúde e seguros de vida, que resultou num aumento de 132%. Não tínhamos certeza sobre como as pessoas iriam reagir em tempos de coronavírus, mas estamos vendo com bons olhos a preocupação delas em relação à saúde e segurança financeira em caso de uma situação mais adversa”, explica Bruno Bronetta, CEO da empresa.

Segmentos

Para Eduardo Lucena, presidente da THB Brasil, além do seguro de vida, outros ramos que tiveram aumento expressivo ano passado devem continuar crescendo, como o seguro garantia, que evoluiu 49,8% em 2019. “Nesse momento

de incertezas na economia, a procura pelo seguro garantia aumenta, já que a contratação dessa modalidade possibilita a empresa utilizar os valores que teria que deixar parado no processo para otimizar suas atividades. Outro aspecto que colabora para o crescimento da garantia em

“Nossa expectativa é que o consumidor adote um perfil mais preventivo e direcionado à sua proteção, de sua família e da sociedade”

Luis Gutiérrez Mateo, CEO da Mapfre Seguros



2020 é que, recentemente, houve uma instrução do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) possibilitando a substituição de valores já depositados por Seguro Garantia Depósito Recursal. Foi uma ótima notícia, pois antes havia a possibilidade de emissão apenas para novos recursos. Essa normativa abriu a possibilidade de as empresas solicitarem a substituição de valores que estavam parados há anos nos processos, fazendo com que os mesmos retornem para seu caixa”, analisa.

No atual cenário, muitas corretoras observaram também crescimento do mercado de seguros empresarial e financeiro. Ricardo Géó, sócio-fundador da Deal Seguros, especializada no setor corporativo, enfatiza que quando se fala do patrimônio de um atacadista, planta industrial de um fabricante ou até mesmo o seguro de riscos de engenharia de uma obra, não dá para ficar sem o seguro contratado. “São riscos complexos e vultosos e em caso de um eventual sinistro sem cobertura securitária pode por em risco a continuidade da sua operação. Diante disso, com os seguros ativos e renovados, há um menor impacto às nossas atividades, contratações e renovações mesmo nesse momento de retração e cautela”, diz.

Matteo Ritacco, CEO do Grupo Ritacco, representado por três empresas (Ritacco Seguros, Corporate Health e AR Ritacco), avalia também o aumento na procura pelo seguro residencial, como reflexo da pandemia. “A experiência do home office trouxe um novo olhar das pessoas para suas próprias casas, por passarem a maior parte do tempo dentro de suas residências e pelas assistências oferecidas”, destaca. Quanto ao seguro de vida, ele conta que as cláusulas de



FERNANDO MARTINHO

“A retomada da circulação e da venda de novos automóveis, assim como a mudança de comportamento das pessoas, vão gerar a necessidade de proteção do bem”

Gilmar Pires, diretor-executivo da Azul Seguros

condições gerais previam como risco excluído epidemias e pandemias. Mas, com a rápida adaptação dessas cláusulas, em que as seguradoras aderiram à cobertura por Covid-19, houve uma movimentação positiva nessa modalidade. “Essa extensão de cobertura aconteceu justamente para estimular o aquecimento do mercado e trazer tranquilidade aos segurados. Desde o início da quarentena, nossa maior preocupação foi seguir com um modelo de atendimento assistencial e não comercial, gerando empatia com o momento em que estamos vivendo”, enfatiza o empresário.

No primeiro momento da pandemia, com as pessoas em isolamento social e em home office, o mercado de seguros automotivos, até maio de 2020, decresceu 7,6% (com base no ranking Susep Jan-Mai/20), impactado pela queda na venda de veículos.