MERCADO

Reduzir a lacuna de proteção é o maior desafio do setor de seguros nacional

Segmento representa apenas 6,4% do PIB brasileiro

Ana Esteves, especial para o JC

Aumentar o índice de participação do mercado segurador no Produto Interno Bruto (PIB) do País, reduzindo a chamada lacuna de proteção (protection gap), tornou-se um dos maiores desafios do setor. Dados da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) dão conta de que, incorporando a previdência aberta, a capitalização e toda a saúde suplementar, os seguros representam apenas 6,4% do PIB. "Reduzir esse gap é o maior desafio estratégico do mercado segurador brasileiro da atualidade, pois esse patamar é claramente insuficiente para o tamanho e a complexidade da nossa economia, e inaceitável do ponto de vista social", afirma o diretor Técnico de Estudos e Relações Regulatórias da CNseg, Alexandre Leal. Para ele, o percentual baixo significa que uma parcela do patrimônio das famílias e da capacidade produtiva das empresas está desprotegida contra eventos inesperados. Em momentos de crise, como as enchentes recentes no Rio Grande do Sul, essa fragilidade se traduz em maior dependência do Estado e em uma recuperação mais lenta e custosa para a sociedade.

Entre os motivos para a queda da adesão estão o baixo nível de renda da população brasileira, a falta de cultura de gestão de risco e educação deficitária sobre a importância do seguro que, muitas vezes, é visto como um custo dispensável e não como um investimento em proteção. "De fato, essa lacuna é mais acentuada em alguns segmentos. O seguro residencial, por exemplo, tem uma penetração muito baixa, desproporcional à quantidade de imóveis no País, pois o risco da casa é negligenciado ou a cobertura é considerada cara, o que é um equívoco", informa Leal. Além disso, o seguro rural não atende toda a cadeia produtiva nem a totalidade das culturas, o que deixa o agronegócio vulnerável a eventos climáticos. Por fim, as coberturas contra desastres naturais em geral, que deveriam ser mandatórias em áreas de risco, sofrem com a falta de consciência de risco e com a ausência de políticas públicas de mitigação de risco que tornariam o seguro mais acessível.

Para se ter uma ideia, na Europa os índices de cobertura chegam, em alguns casos, a 10% do PIB, basicamente por serem países com uma renda per capita superior à brasileira. Para Leal, a falta de uma cultura de planejamento de longo prazo também é um fator importante. "Lá há uma tradição de seguros que remonta a séculos. Além disso, a infraestrutura de mitigação de riscos (como obras de drenagem e prevenção de enchentes) é mais robusta, o que reduz o custo final do seguro". No Brasil, as barreiras estruturais persistem: o custo é elevado devido à alta sinistralidade e, em alguns ramos, à carga tributária sobre o prêmio. A burocracia no processo de sinistro, embora esteja sendo resolvida com a digitalização, ainda gera ceticismo. "Do ponto de vista da regulação, estamos avançando com o novo Marco Legal, que busca simplificar e dar mais segurança jurídica, mas o desafio regulatório é garantir que haja flexibilidade para criar produtos simples e acessíveis", complementa o especialista.

CNSEG/DIVULGAÇÃO/JC

Para Alexandre Leal, da CNseg, baixa cobertura no Brasil reflete a falta de cultura de gestão de riscos no País

Entre as maneiras de tornar o seguro mais atrativo, estão o desenvolvimento de novos produtos e o aperfeiçoamento daqueles já existentes, visando atender às necessidades dos clientes quanto à proteção contra riscos. Além disso, ocorre um movimento de "regionalização" que tem mudado a forma de se comunicar com o cliente. Utilizando canais e um linguajar que seja mais próximo da realidade e preferências de uma determinada região. Ao mesmo tempo, a demanda da classe média emergente é vista como um dos motores de crescimento mais promissores do setor. Este público já tem uma maior consciência de risco e possui um patrimônio a proteger, seja um carro, uma pequena empresa ou a casa própria, mas ainda é sensível a preço. "Para essa classe, o setor oferece produtos híbridos e modulares: apólices que combinam o essencial do Seguro de Vida com coberturas básicas de acidentes pessoais ou que adicionam serviços de assistência (encanador, eletricista) ao Seguro Residencial. A contratação digital e transparente é o principal atrativo para esse segmento", diz Leal.

Para o executivo, a educação financeira e a ampliação da cultura do seguro são a resposta de longo prazo para a lacuna de proteção. O setor apoia e participa de diversas iniciativas nesse sentido, visando inserir o conceito de proteção e planejamento de riscos desde cedo nas escolas e em programas de alcance nacional. A tecnologia também tem colaborado para reduzir a lacuna, a partir de plataformas digitais que facilitam o acesso, resultando em produtos com menor custo de distribuição e maior personalização. O uso de sensores, dados climáticos em tempo real e inteligência artificial abre caminho para modelos de subscrição mais precisos e inclusivos, que podem reduzir custos e ampliar a cobertura de públicos tradicionalmente negligenciados.

O vice-presidente Corporativo da Icatu Seguros e presidente da Rio Grande Seguros e Previdência, César Saut, disse que a lacuna se estabelece porque o mercado não se comunica com um propósito, mas com produtos. A saída seria fazer com que o produto seja uma consequência de propósito. "O meu propósito é proteger vidas. O meu propósito é proteger vidas de risco social. Risco social de uma morte prematura, de um acidente ou da sobrevivência. Como é que eu vou desenvolver produto e processo para cumprir o meu propósito. Temos que fazer produtos diferentes para desiguais", avalia.

PROJEÇÃO

Seguradoras comemoram crescimento em 2025 e estimam cenário mais favorável para 2026

Mesmo em um ano difícil no cenário econômico, a Rio Grande Seguros e Previdência comemora valores considerados recordes em movimentação financeira, no primeiro semestre de 2025, na modalidade de seguro de vida: foram R$ 419 milhões no período, o que a faz a segunda maior seguradora de vida do RS. "O ano foi bastante difícil, não só para o Brasil, foi complicado para o mundo. E para todos os segmentos e, talvez, um pouco mais difícil para o Rio Grande do Sul, porque a gente ainda está vivendo as consequências da enchente, mas mesmo assim devemos crescer muito", afirma o presidente da Rio Grande Seguros e vice-presidente corporativo da Icatu Seguros, César Saut. O executivo explica que o sucesso se deve a uma estratégia direcionada ao estado do RS, inclusive em um processo de interiorização, com corretores em diferentes municípios. "Temos parceria com sistemas cooperativos, com o Banrisul. É uma estratégia que vem de muitos anos e hoje colhemos os frutos dessa, digamos assim, insistência em sermos grandes no Estado", afirma Saut.

Outra seguradora gaúcha, o Clube de Seguros de Vida e Benefícios do Rio Grande do Sul (CVG-RS), aposta no crescimento com base na diversificação dos produtos e nas novas coberturas como para doenças graves, para cirurgias, diária por incapacidade temporária e despesas médicas e hospitalares. "Além de vantagens como redes de descontos com uma vasta oferta de produtos e serviços", afirma o presidente do CVG, Jean Figueiró. Segundo o dirigente, o setor ainda está vivendo os reflexos da Pandemia e da enchente de 2024, e o trabalho da CVG está muito focado na conscientização sobre a importância do seguro de vida como proteção financeira. "Apenas 17% da sociedade gaúcha possui algum tipo de garantia, na grande maioria fruto de dissídios coletivos e apólices prestamistas, na maioria dos financiamentos. Apenas 5% das apólices são compradas", revela o dirigente.

Segundo Figueiró, existe um movimento de conscientização através dos CVG's de todo Brasil com a estruturação do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros, por isso "a expectativa para 2026 é de crescimento mais significativo".