



# Opinião Acadêmica

Edição nº 48 - setembro/2017

## Perspectivas do Mercado de Seguro de Pessoas

Dilmo Bantim Moreira\*

Atualmente, pouco mais de 6% da população brasileira tem um Seguro de Vida. Considerada essa massa de segurados e conforme estudo da FenaPrevi, 18% dos integrantes das Classes A e B contam com a garantia desse produto. Em relação às pessoas classificadas no âmbito da Classe C, esse número significa 6% e, nas Classes D e E 2%. Apesar desse baixíssimo índice de penetração do produto, projeções de mercado para os ramos de Seguros de Pessoas (que abrange 12 diferentes ramos, excluído o VGBl), estimam um crescimento na produção de aproximadamente 50% ao longo dos próximos 5 anos.

Em relação ao ano de 2015, as projeções de crescimento sobre 2014 apontam elevação 8,7%, que embora abaixo da casa dos dois dígitos (que tem sido a marca do mercado segurador em geral), ainda é uma demonstração positiva da capacidade de expansão das vendas do produto. De acordo com levantamento da FenaPrevi, o valor de prêmios diretos no segmento foi de R\$ 6 bilhões no primeiro semestre, indicando elevação de 12,99% sobre o mesmo intervalo do ano anterior.

Analisados os ramos de Seguros de Pessoas em nosso mercado, temos que durante 2015 o Seguro Prestamista tem apresentado a melhor performance de vendas, seguido pelo Auxílio Funeral e Seguro Viagem.

Para efeito de comparação, nos EUA os Seguros de Vida (que fazem grande sucesso em meio à população), segundo estudos, representam 9,5% do PIB (contra 1,4% no Brasil). Especificamente e corroborando o baixo consumo brasileiro do produto, a arrecadação do Seguro de Vida Individual, conforme pesquisa da EPGE/FGV, demonstra que enquanto o consumo nos EUA chega a 0,85% do PIB, no Brasil esse número é de 0,12%. Essa grande diferença de contratação desse seguro entre aqui e outros lugares do mundo (como Europa, Japão e EUA), parcialmente pode ser justificada pelos elevados impostos sobre heranças (que por aqui tem seu custo total em torno dos 10%). Lá, assim como aqui, Seguros de Vida não integram o patrimônio das pessoas físicas (não entrando em inventário), conseqüentemente, não recebem carga de impostos sobre heranças. Desta forma, podem ser utilizados como um útil instrumento financeiro para atender necessidades imediatas para procedimentos com heranças.

Em termos mundiais (e por aqui em certa medida), algumas situações tem potencial para contribuir positivamente para a elevação dos volumes de prêmios no segmento de produtos de riscos pessoais, como por exemplo, a ascensão econômica das classes de base, a elevação dos níveis educacionais da população e o aumento e/ou manutenção da quantidade de pessoas em atividade laboral.

Independentemente das situações econômica e demográfica, paulatinamente vem se sedimentando o entendimento de que o Seguro de Pessoas, dado à necessidade de sua contratação de longo prazo para atingir os objetivos de proteção a que se destina e precisam ser oferecidos para que os consumidores efetivamente os “compre”, ou seja, que entendam o produto como uma necessidade básica em seus planejamentos pessoais e/ou familiares, dando manutenção à sua vigência de forma continuada.

Além disto, a criação de produtos que agreguem benefícios de percepção mais imediata aos segurados, como por exemplo, serviços veiculares, residenciais, pessoais e sorteios (de títulos de capitalização), estimulam sua aquisição e a manutenção dos contratos.

Ainda, é importante não esquecer que os consumidores, ano a ano, vêm aumentando seu entendimento sobre os temas de seguros, exigindo progressivamente que as seguradoras exercitem sua criatividade e que os participantes da força de vendas tornem-se mais especializados.

Com certeza, ainda temos um mercado potencial bem interessante a ser explorado!

### \*Dilmo Bantim Moreira

Presidente do Conselho Consultivo do CVG/SP, diretor de relacionamento com o segmento de Pessoas da ANSP, administrador pós-graduado em Gestão de Seguros e Previdência Privada, atuário, membro da Comissão Técnica de Produtos de Risco da FenaPrevi e de Seguro



Habitacional da FenSeg, docente em Seguros de Pessoas, Previdência Complementar, Saúde, Capitalização, Vendas Diretas, Atendimento ao Público e colunista em mídias de seguros.da.

**Voltar**

## Academia Nacional de Seguros e Previdência

Esta publicação online se destina a divulgação de textos e artigos de Acadêmicos que buscam o aperfeiçoamento institucional do seguro. Os artigos expressam exclusivamente a opinião do Acadêmico.



**Expediente** - Diretor de Comunicações: Rafael Ribeiro do Valle | Conselho Editorial: João Marcelo dos Santos (Coordenador) | Dilmo Bantim Moreira | Felipe M Paes Barretto | Homero Stabeline Minhoto | Osmar Bertacini | Produção: Oficina do Texto | Jornalista responsável: Paulo Alexandre | Endereço: Avenida Paulista, 1294 - 4º andar - Conjunto 4B - Edifício Eluma - Bela Vista - São Paulo – SP - CEP 01310-915| Contatos: (11)3333-4067 ou 3661-4164 secretaria@anspnet.org.br | www.anspnet.org.br |