



## O que mostra o momento atual do seguro de vida no Brasil?

*O seguro de vida ainda tem bom espaço para crescer no Brasil. Esse tipo de produto vive um momento especial no país, com diversos fatores que sinalizam uma tendência favorável. Descubra eles na análise de Francisco Galiza.*



Em números redondos, o mercado de seguros de pessoas no Brasil fatura R\$ 30 bilhões por ano, em termos aproximados, de R\$ 20 bilhões por ano, se somados seus principais produtos (vida em grupo, prestamista, vida individual e acidentes pessoais). Mas basta tirar os valores dos produtos prestamista e acidentes pessoais, para esse saldo baixar para uns US\$ 6 bilhões. Enquanto isso, nos Estados Unidos, somente esse produto

representa cerca de US\$ 180 bilhões.

Ou seja, temos, no mínimo, um mercado que é 25 vezes o tamanho do mercado brasileiro. Já o PIB americano é só 10 vezes o mercado brasileiro, uma proporção bem menor. Ou seja, podemos concluir que ainda há um bom espaço para crescer nesse segmento de negócios no Brasil quando levamos em conta o Faturamento de Seguros em função do PIB, o indicador mais usado na comparação dos mercados de seguros dos países.

De um modo geral, esse tipo de produto vive um momento especial no país, com diversos fatores que sinalizam uma tendência favorável, quase que uma conjunção de aspectos positivos. O primeiro é o comportamento da economia brasileira, que, aos poucos, sinaliza uma recuperação. Também vemos o surgimento de novos produtos no Brasil (Vida Universal, para citar um exemplo), alinhados com as tendências internacionais, havendo com isso o aumento de opções para o consumidor nacional. Quando o segurado tem mais alternativas, isso é sempre um fato favorável.

Outro aspecto que começamos a discutir, de forma mais transparente, é a necessidade de uma reforma da previdência. Assim, na medida em que a presença do setor público diminuir, o consumidor irá buscar na iniciativa privada novas opções de proteção complementar, que deverão estar preparadas para enfrentar esse novo desafio. Isso sem falar em outros fatores não específicos do país, como o aumento da longevidade. Essa é uma preocupação mundial, que terá efeitos importantíssimos na sociedade no médio e longo prazo. Para quem tiver interesse em mais detalhes, recomendamos o estudo “Addressing the Challenge of Global Ageing—Funding Issues and Insurance Solutions”, do FMI, de 2012.

É nesse cenário que a tradicional concepção de ver o seguro de vida como apenas um produto a ser usado no falecimento do segurado tem mudado bastante. Há muito mais coberturas e opções para o consumidor, e o corretor de seguros precisa estar bem atento para isso. Enfim, tenha essas ideias em mente e sucesso nos negócios!

*\*Francisco Galiza é sócio da empresa Rating de Seguros Consultoria ([www.ratingdeseguros.com.br](http://www.ratingdeseguros.com.br)), mestre em Economia (FGV), membro da ANSP (Academia Nacional de Seguros e Previdência) e professor do MBA-Seguro e Resseguro (Funenseg).*

Publicado em <<http://conexaliberty.com.br/o-que-mostra-o-momento-atual-do-seguro-de-vida-no-brasil/>>