



O Seguro no Brasil: 10 anos ou mais de mudanças nos seguros do país com mais competitividade

Lucio Antonio Marques*

Ao analisarmos o comportamento do mercado Brasileiro em relação a alguns países industrializados, vimos e continuamos a ver uma disparidade enorme na relação população x quantidade de seguros adquiridos. Nos Países industrializados o individuo tem pelo menos três tipos de seguro. Já no Brasil, a cada grupo de cem indivíduos, um possui seguro, sendo este obrigatório.

Com o advento do Plano Real, o mercado começou a fazer sua mudança em termos gerais. A população passou a ter saldo mensal em suas contas e poupar através de um seguro. Aumentamos nossa participação na relação seguro x PIB e alcançamos um patamar de 5% ou um pouco mais hoje.

Neste período as Companhias começaram a melhorar a qualidade de seus produtos, pois era necessário manter acesa a necessidade de trabalhar o nosso controle de qualidade. Com isso, reduziram-se os custos operacionais.

Em 11 de setembro de 1.990, surge a Lei 80787, que vem tratar do Código de defesa do Consumidor. A História da defesa do consumidor no Brasil tem naquele código seu grande marco. Foram enviadas na época diversas sugestões para a Assembleia Nacional Constituinte de 1988, sobre a temática da proteção e defesa do consumidor e os documentos de criação do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, além de seus relatórios de atividades e atas de reuniões.

O consumidor passou a ficar mais exigente, a observar mais o que comprava, a ler todas as cláusulas, discutir assuntos que antes passavam despercebidos. As seguradoras começaram a instalar ouvidorias, considerando uma sugestão do órgão regulador que é o CNSP e o órgão fiscalizador do mercado, a SUSEP. Com isso, reduziu-se o número de reclamações, passou-se a dar mais atenção aos segurados.

O horizonte do mercado abriu-se de uma forma bastante positiva, o setor começou a promover palestras, simpósios e seminários sobre temas de interesse coletivo, tais como: controle da qualidade total, técnicas modernas de venda, o marketing aplicado com metodologia moderna, assuntos econômicos e financeiros, relações humanas no trabalho, motivação, entre outros.

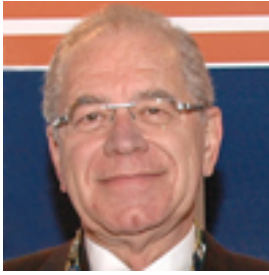
Neste período procuramos melhorar a nossa imagem, sempre desgastada nas colunas que tratam da defesa do consumidor, foram criados mecanismos de combate a essa praga chamada Fraude. O mercado então começou a fazer aquela mudança tão necessária.

O mercado de resseguros começou a mudar com a quebra do monopólio e a abertura do setor. Ocorreram grandes mudanças na área, não em termos de aumento da receita, mas no surgimento de novos produtos e até redução de taxas de produtos ofertados.

A competitividade ficou mais acirrada, beneficiando sobremaneira o consumidor. Acredito, portanto, que muita coisa mudou nestes dez ou mais anos no mercado de seguros. Porém, precisamos continuar crescendo, aumentando a poupança interna de longo prazo, levando ao ensino básico mais conhecimentos sobre seguro e sua importância na economia de um povo.

O seguro tem uma função social bastante alta, pois é na morte de um ente querido, ou no roubo de um carro, ou até num incêndio, seja de sua moradia, de sua empresa ou da empresa na qual você trabalha, que o seguro aparece para minimizar os aspectos práticos e reparáveis que toda perda trás.

Vale ressaltar que ainda existem falhas no mercado de seguros, uma delas é a necessidade de se criar um sistema de ouvidoria pós-vendas nas seguradoras, pois muitas vezes por falta de uma informação o segurado fica perdido sem saber o que aconteceu e a quem recorrer. Creio que um sistema bem segmentado de pós-vendas poderá beneficiar ainda mais o mercado de seguros corrigindo e aprimorando para a satisfação dos indivíduos assegurados.



***Lucio Antonio Marques**

É assessor da presidência da Nobre Seguradora do Brasil, vice-presidente do Sindicato das Seguradoras do RJ/ES e membro da Academia Nacional de Seguros e Previdência - ANSP.

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 |