Mercado de seguros y franquicias en rápida expansión

Boletín N°:

Mar 04, 2025 BRASIL

Representantes del sector destacan el potencial de los seguros y las franquicias, así como la posibilidad de transformaciones sociales

Con 27 años de actuación en el país y más de 5 millones de clientes, Prudential Brasil refuerza su compromiso con el mercado de seguros y franquicias, dos sectores estratégicos que, juntos, representan casi el 10% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional. Durante su participación en CB.

Fórum, la presidenta y CEO de la empresa, Patrícia Freitas, destacó el crecimiento consistente del modelo de negocio, con una expansión del 13% en el último año.

Según ella, el porcentaje representa un movimiento de R$ 700 mil millones en 2024. La CEO afirmó que este desempeño demuestra el potencial de estas áreas para la economía brasileña, tanto en la generación de empleo como en la recaudación de impuestos, y presentó datos recientes de la Fundación Getulio Vargas (FGV), que revelan el impacto del sector de seguros en la economía.

“Por cada R$ 1.000 millones recaudados en primas de seguros de vida, el impacto en el PIB nacional es de R$ 1.480 millones. En el caso de las indemnizaciones pagadas, cada R$ 1.000 millones distribuidos genera un impacto de R$ 1.350 millones en la economía. Estos datos son sólo para mostrar un poco del impacto del sector”, afirmó.

Patrícia Freitas destacó su trayectoria consolidada en el segmento de seguros de vida y su modelo de franquicia, que actualmente cuenta con más de 2 mil unidades activas. En el evento, explicó que el efecto multiplicador del negocio demuestra la relevancia del producto no sólo para proteger a las familias, sino también para dinamizar la economía. Al garantizar la seguridad financiera de los beneficiarios, los recursos movilizan diversos sectores, como el comercio, los servicios y las inversiones.

El ejecutivo también destacó que el sector seguros juega un papel fundamental en la inclusión social, pues funciona como un instrumento de protección financiera, evitando que las familias enfrenten dificultades en momentos de vulnerabilidad, como la muerte del sustentador del hogar o la discapacidad de un familiar.

Reforzó que el sector se ha vuelto más accesible, ofreciendo soluciones personalizadas para diferentes perfiles de clientes. El avance de la digitalización y de los canales de atención también ha ampliado el alcance de los seguros, permitiendo que más

brasileños se protejan financieramente.

“Observamos a los brasileños y el 80%, en números redondos, no tiene seguro de vida. Cuando analizamos el seguro de hogar, los números son muy similares. Por supuesto, cuando pensamos en esta situación, inmediatamente nos viene a la mente que es porque los brasileños solo tienen seguro de automóvil. Sin embargo, el 70% de los vehículos no tienen seguro de automóvil”, destacó Freitas.

Desafíos

El presidente de la Confederación Nacional de Aseguradoras (CNSeg), Dyogo Oliveira, destacó que el crecimiento del sector asegurador, uno de los mayores de la economía, registró un aumento del 12% el año pasado, superando la inflación en 7%. Este resultado se debe a cambios en la estructura del sector, que incluye la diversificación de productos y la ampliación de los canales de distribución.

“Las cosas parecen muy confusas, muy desordenadas, pero en realidad el país está avanzando en una determinada dirección. El sector de seguros viene creciendo a tasas elevadas”, afirmó el presidente de CNSeg, destacando que ese avance se basa en la personalización de los productos a las necesidades brasileñas y en el fortalecimiento del mercado con nuevas empresas.

Dyogo Oliveira destacó que actualmente Brasil cuenta con alrededor de 130 compañías de seguros en operación. Según él, cada año entran al mercado una media de 10 nuevos. Esto es posible gracias a cambios regulatorios que han facilitado la creación de nuevas empresas. La diversificación, tanto de productos como de actores en el mercado, ha dinamizado el sector, además de ofrecer un abanico de opciones para atender a distintos perfiles de consumidores.

El presidente de CNSeg destacó que los canales de distribución también se han diversificado, con la creciente presencia de modelos digitales y asociaciones estratégicas, incluidas las franquicias. “Las franquicias son otro canal de distribución, un modelo que el sector ha adoptado”, señaló. Destacó que, además del tradicional corredor de seguros, se han vuelto comunes nuevas formas de adquirir seguros, como en supermercados, tiendas de electrónica, aeropuertos e incluso bancos. Esta transformación busca ofrecer una experiencia más accesible y conveniente para los consumidores.

“Además de lo tradicional, y todavía muy importante, está el corredor de seguros. Pero hoy, tienes el canal digital, las alianzas, puedes comprar seguros en supermercados, tiendas de electrónica, tiendas de electrodomésticos, bancos y aeropuertos. Había una posibilidad de ampliar los canales de distribución para llegar a los consumidores de seguros de una manera más fácil”, agregó.

Inclusión empresarial

El sector de franquicias en Brasil ha jugado un papel crucial en la inclusión empresarial, permitiendo que miles de brasileños realicen su sueño de tener su propio negocio con modelos probados y apoyo continuo. Según el presidente de la Asociación Brasileña de Franquicias (ABF), Tom Moreira Leite, el área se destaca no sólo por su impacto económico, sino también por su poder educativo y de transferencia de conocimiento, capacitando a empresarios y empleados de forma estructurada

“La franquicia promueve la inclusión empresarial, porque permite que las personas que

sueñan con emprender encuentren un entorno donde hay modelos de negocio probados, donde hay una asistencia activa del franquiciador", afirmó.

El año pasado, el sector empleó directamente a más de 1,7 millones de brasileños, lo que demuestra su importancia en la generación de empleo y el fortalecimiento de la economía nacional. En promedio, cada nueva franquicia en Brasil genera nueve empleos, abarcando sectores diversos como moda, educación, seguros y alimentación.

Una de las tendencias de crecimiento en el sector es el avance de las microfranquicias, que son modelos de negocio con una inversión inicial de hasta R$ 135 mil. Este formato se ha popularizado porque democratiza el acceso al emprendimiento, permitiendo a nuevos emprendedores ingresar al mercado con menor capital inicial. Según Leite, actualmente existen opciones de microfranquicias desde R$ 10 mil hasta R$ 20 mil, lo que hace que la franquicia sea más accesible.

El presidente de ABF destacó que, entre los principales actores del sector, Prudential se destaca como el segundo mayor operador de microfranquicias de Brasil, con más de 2 mil corredores actuando como Planificadores de Vida. Market For You, especializada en mercados autónomos, lidera el ranking en el país. En el segmento de grandes franquiciadores, Cacau Show, O Boticário y McDonald's ocupan las tres primeras posiciones en Brasil.

Source

Source: Correio

Link:
https://www.correiobraziliense.com.br/economia/2025/02/7060620-mercado-de-seguros-e-franquias-em-franca-expansao.html