

## Seguros: Companhia vai investir US\$ 40 milhões em tecnologia e lançar apólice de carro com preço menor

### Tokio Marine prevê expansão de 15% no próximo ano

Anna  
Carolina  
Negri / Valor



*Felipe  
Smith,  
diretor da  
Tokio  
Marine, diz  
que  
carteira de  
seguros  
para  
construção  
civil  
cresceu  
100% este  
ano*

A seguradora Tokio Marine está otimista com 2009, ano em que comemora 50 anos de Brasil, e prevê expansão de 15% em seus negócios. Este ano, vai crescer 10% com prêmios de R\$ 1,7 bilhão. Entre os planos, está a abertura de 16 filiais e centros de atendimentos pelo país e investimento de US\$ 40 milhões em tecnologia.

O Brasil é o terceiro maior mercado mundial para o grupo japonês, presente em mais de 40 países. Até recentemente estava no segundo lugar, mas com a compra da seguradora americana Philadelphia por US\$ 4,7 bilhões em julho, os Estados Unidos passaram a ser o segundo mercado para o grupo.

Para 2009, uma das apostas da Tokio Marine é no varejo, inclusive com a busca de novas parcerias com redes para a venda de seguros em lojas. Na avaliação de Sergio Luiz Tomaz Camilo, vice-presidente comercial da Tokio, o setor de seguros vai continuar crescendo no ano que vem, mas em menor ritmo que neste ano.

A previsão da Siscorp, consultoria especializada em estudos do setor, é de expansão de 16% para 2008, considerando apenas a área de seguros e sem incluir o segmento de saúde.

Para Camilo, o futuro do setor depende muito do nível de emprego da economia. Com o temor de perder o emprego, as pessoas se endividam menos, compram menos carros e menos seguros. Há ainda dúvidas sobre a manutenção de projetos imobiliários e plantas industriais, segundo Felipe Smith, diretor da área corporate da Tokio. No segmento de risco de engenharia para construção civil, a carteira da Tokio dobrou este ano. Na carteira de transporte de carga, a alta foi de 80%.

No ramo de automóveis, a Tokio resolveu apostar em um novo tipo de consumidor que deve aumentar em meio à crise. São pessoas que querem ter um seguro de carros, mas sem tantos serviços e coberturas extras. Por isso, a seguradora lança em abril um seguro mais popular, sem serviços como o carro extra. O produto terá preço menor que a apólice tradicional, mas Camilo não precisou qual será a diferença. A Tokio trabalha com 10 mil corretores e quer dobrar esse número em quatro anos.

Em tecnologia, o investimento será de US\$ 40 milhões em dez anos para construir um novo centro de dados em parceria com a IBM e ainda migrar sistemas. Outros R\$ 4 milhões serão gastos na abertura de 16 filiais e centros de atendimento a sinistros e ainda para reestruturar escritórios.

A seguradora também tem intenção de usar a rede do Santander para vender seguros. Com o Banco Real, tinha contrato de sete anos para distribuição. A Tokio ainda não finalizou a venda para o Santander dos 50% que tinha na Real Tokio Marine Vida e Previdência, empresa criada quando a japonesa comprou a seguradora de ramos elementares do Real, em 2005. Segundo Camilo, ainda não se chegou a um acordo sobre o preço.