

Por Antonio Penteado Mendonça



Já escrevi mais de uma vez, o grande canal de distribuição de seguros no Brasil é o corretor de seguros. Também já escrevi, o corretor não chegou aí por obra do Espírito Santo, ao contrário, é uma longa história na qual o corretor de seguros ocupou seu espaço e foi além, competindo e vencendo os demais canais que surgiram, especialmente a venda através de agências bancárias.

O protagonismo do corretor de seguros faz sentido. O Brasil é um país onde o seguro é essencialmente um produto de classe média. Ou seja, o mesmo público do corretor de seguros nos demais países.

O corretor de seguros atende as contas empresariais e de pessoas físicas de um determinado poder aquisitivo. Sendo que a maioria deles trabalha contas familiares ou empresariais pequenas e médias. O grande foco é o seguro de veículos. Há também os que trabalham seguros de vida e os que se dedicam a contas de empresas como padarias, farmácias e outras deste porte, incluídas indústrias.

Neste cenário o corretor de seguros é soberano e não há nada que indique que seu futuro esteja ameaçado. O corretor que se atualizar e atuar profissionalmente, ao contrário, deve, inclusive, crescer, porque o atendimento personalizado é um diferencial num mundo em que as pessoas conversam cada vez mais com máquinas e têm suas necessidades avaliadas e atendidas por robôs.

Mas existe uma ampla parcela da sociedade brasileira que não tem seguros. É verdade que de acordo com o professor José Pastore, um dos maiores especialistas em relações de trabalho, 75% dos brasileiros ganham dois salários-mínimos, e 50 milhões estão desempregados ou em condições de trabalho muito precárias.

Este não é um público com condições de contratar seguros, então a conta é muito menor do que o número total de nossa população poderia sugerir. De verdade estamos falando de algo próximo de 60 milhões de pessoas. Número que não foge muito do total de segurados de planos de saúde privados.

Em algum momento as camadas mais pobres da população brasileira deverão ser atendidas com produtos de seguros desenhados para elas, até porque os riscos a que estão sujeitas, especialmente os decorrentes das mudanças climáticas, estão ganhando tamanho e aumentando a frequência.

Como os produtos para elas devem ter obrigatoriamente um preço baixo, pode ser que a maioria dos corretores de seguros não consiga atingi-los. Então, será necessário desenvolver novos canais de distribuição que possam colocar estes produtos ao alcance da população. Sem dúvida nenhuma, parte será atendida por canais digitais, parte será atendida por prestadores de serviços com

penetração neste público e parte será atendida por grandes redes varejistas, além de fintechs e insurtechs desenhadas para isso.

Como os corretores de seguros têm tudo para manter sua fatia do mercado, com a chegada dos novos canais quem sairá ganhando é o Brasil que terá uma rede de proteção mais ampla e mais efetiva para garantir a qualidade de vida de sua população.

Fonte: [SindSeg_SP](#), em 18.03.2022.