Em avaliação otimista, o presidente da CNSeg e da Bradesco Seguros afirmou que as seguradoras devem atualizar seus produtos de acordo com o novo comportamento do consumidor. Seguros de vida e assistência funeral apresentam os melhores números do mercado e crescimento deve ultrapassar estimativas.

Foi realizado ontem, 10 de abril, o almoço-palestra Perspectivas e Oportunidades do Mercado Segurador frente aos Novos Consumidores, com apresentação do presidente da CNSeg e da Bradesco Seguros, Marco Antonio Rossi. Segundo o executivo, o panorama do mercado – que já corresponde a 5,8% do PIB brasileiro – é cada vez mais favorável, sendo os seguros pessoais o ramo mais promissor.

Para provar isto, ele comparou dados de 2003, quando a receita acumulada foi de R$ 73 bilhões, com 2012 (último ano consolidado até agora), que contabiliza R$ 253 bilhões de arrecadação entre prêmios e contribuições. Desse valor, R$ 149,1 bilhões foram devolvidos à sociedade por meio de indenizações, resgates, benefícios e sorteios.

De acordo com Rossi, a boa fase do mercado de seguros se deve especialmente às mudanças socioeconômicas, que vêm aumentando o poder de compra da nova classe média – hoje estimada em aproximadamente 108 milhões de brasileiros, ou 54% da população. Fatores como a ampliação do crédito, o aumento do emprego com carteira assinada e a elevação do rendimento dos brasileiros têm interferido proporcionalmente no aumento da venda de seguros pessoais.

“Diante do cenário em que vivemos de aumento do poder aquisitivo das pessoas, eu afirmo que o potencial de seguros é gigantesco. Todo mundo sonha com a casa própria, um automóvel e seguros que protejam a si, a sua família e o seu patrimônio”, justifica Rossi.

Ele acrescenta ainda que essa meta de aquisição de um seguro já alcança a classe C. “Nos últimos anos, a renda nas periferias avançou mais que a média nacional. Hoje, 53% dos moradores de favela em todo país são bancarizados, possuem conta corrente, poupança ou os dois. É para esse público que as seguradoras devem falar agora porque é aí que estão as melhores oportunidades”.

Depois de identificar quem são esses novos consumidores, o presidente da CNSeg e da Bradesco Seguros falou dos desafios de se comunicar com esse público. Para Rossi, o grande segredo do negócio está no entendimento das seguradoras de que elas precisam se adaptar a esses novos tempos. “Independentemente da classe social, as pessoas têm acesso cada vez mais facilitado à informação através de inúmeras plataformas de comunicação, portanto a forma como se contrata um seguro hoje e as expectativas dos contratantes não são mais as mesmas de décadas atrás. É preciso entender como elas funcionam agora”, explica.

O executivo encerrou a palestra afirmando que o cenário é de alta rentabilidade para todos os setores de seguros, devido ao mercado muito vasto ainda a explorar, e finalizou: “país rico é país que tem seguro”.



Fonte: VTN Comunicação, em 11.04.2014.