

Seguro de vida, residencial, equipamentos, viagem, entre outros são alternativas principalmente pela economia, acessibilidade de custo, contratação e flexibilidade de pagamento

Em constante destaque, os seguros chamados de massificados seguem com grande procura e impulsionam o mercado segurador, que somente no primeiro quadrimestre deste ano já cresceu 18,1%, de acordo com a Superintendência de Seguros Privados (Susep).

Marília Rabelo da Mazo Corretora de Seguros e parceira da maior rede de corretoras de seguros do país, Lojacorr, explica que os seguros massificados são produtos que, geralmente, possuem um baixo custo e benefícios atraentes. “Eles têm coberturas simples e diferenciadas, sendo vendidos em grande escala, visando o público em geral”. Entre os produtos, ela ressalta que exemplos comuns incluem seguro residencial, seguro viagem, seguro de equipamentos, seguro de celular, seguro de bicicleta e seguro de vida, especialmente os mais simples, como o seguro de Acidentes Pessoais (AP).

Atualmente, as principais características desses produtos massificados estão voltados principalmente a acessibilidade de custo e contratação e a flexibilidade de pagamento. “São produtos simples de contratar e entender, o que torna o processo descomplicado”, afirma ela.

De acordo com Luiz Ernani Lepchak, diretor Regional Sul da Lojacorr, os seguros massificados são alternativas viáveis, principalmente para as classes C e D. “Hoje o que mais buscamos é que cada vez mais o brasileiro se proteja mais e melhor. Esses produtos massificados são mais fáceis de contratar, de baixo investimento e acabam sendo uma alternativa viável, principalmente em classes mais baixas, que muitas vezes não podem pagar por um seguro convencional, mas conseguem investir nesses produtos e seguem amparados por alguma cobertura mais simples que contam ainda com o apoio de um corretor para dar todo o suporte nessa escolha”, explica. Ainda segundo ele, a cultura do seguro no país ainda segue em desenvolvimento e, por isso, ampliar as oportunidades é um passo a ser dado. “Anualmente o setor de seguros segue crescendo exponencialmente, mas é nosso dever contínuo tornar o seguro cada vez mais dentro da cultura do país e como prioridade de investimento do brasileiro”, aponta.

Apesar de atrativo, e por poder adquirir de forma online com plataformas, o papel do corretor segue essencial. “Mesmo que se tenha plataformas, ferramentas e toda a tecnologia, é indispensável o produto certo e ideal chegar até o cliente final. O corretor tem esse papel de conduzir com personalização, entendendo como suprir as reais necessidades daquele cliente, tornando tangível a sua experiência e tomada de decisão de compra nesse canal”, aponta Lepchak.

Além do benefício para o cliente, também é benéfico para o corretor. Segundo Marília, para o corretor, trabalhar com seguros massificados é a oportunidade de atender um único cliente em diversas demandas. “Um cliente que contrata um seguro de carro pode ser levado a contratar também um seguro residencial, de celular, de vida, entre outros. Isso aumenta as vendas e fideliza o cliente, reduzindo a chance de ele buscar outros corretores”, aponta. Além disso, ela explica também que esses produtos são fáceis de vender e entender. “A simplicidade das coberturas facilita o trabalho do corretor, permitindo que ele atenda mais clientes em menos tempo”.

Mas Marília alerta que, para isso, o corretor deve estar capacitado, atento ao mercado e com conhecimento aprofundado de novos produtos. “Conhecer os diferenciais de cada seguradora, como coberturas específicas para roubo de aparelhos portáteis ou para microempresas dentro de residências, por exemplo, pode fazer toda a diferença na hora de conquistar um cliente”.

Fonte: Lide, em 24.07.2024