

Por Antonio Penteado Mendonça

De acordo com a indústria automobilística, janeiro apresentou uma queda consistente no número de veículos zero quilômetros vendidos. E a queda se acentuou em fevereiro.

De acordo com a indústria automobilística, janeiro apresentou uma queda consistente no número de veículos zero quilômetros vendidos. E a queda se acentuou em fevereiro. Mesmo o mês sendo mais curto e tendo carnaval no meio, o total de vendas ficou bem abaixo do mesmo período no ano passado, o que não sinaliza nada de muito positivo para o ano.

Digam o que disserem, este quadro tem impacto no setor de seguros. A carteira de veículos é uma das mais importantes da atividade e é, sem sombra de dúvida, a mais importante para os corretores de seguros.

Curiosamente, esta carteira, com todo o peso que tem no mercado segurador, representa menos de 27% do total da frota nacional, que tem idade média de treze anos, enquanto os veículos segurados têm menos de cinco anos.

Em época de crise não seria razoável imaginar o crescimento da frota segurada. Em primeiro lugar, a crise sempre bate primeiro nos mais pobres. Portanto, estes não teriam condições de fazer o seguro de seus carros nem se quisessem, já que outras prioridades mais prementes, como escola privada e plano de saúde, e a própria prestação do financiamento do veículo, se impõem, impedindo a contratação da proteção para o automóvel.

Ao que tudo indica, a crise será mais grave do que parecia, fazendo o ano de 2014 ser um bom ano, em comparação com 2015. Apesar de lideranças da atividade apontarem um crescimento razoável para o setor de seguros, é de se esperar uma retração significativa na maioria das carteiras com forte atuação dos corretores de seguros.

Isso não significa que o ano tem que necessariamente ser ruim para eles. Aliás, é importante frisar que o ano não precisa ser necessariamente ruim para todas as seguradoras. Cada um é cada um e sabe de si. Os que entenderem o momento podem inclusive apresentar no final do ano resultado melhor do que o de 2014.

Mas se é possível às seguradoras ganharem dinheiro, a situação dos corretores de seguros é melhor do que a delas.

Crise quer dizer também oportunidade. É nelas que os mais competentes fazem a diferença. Se é verdade que os produtos de seguros podem deixar de ser a primeira prioridade para milhões de pessoas, também é verdade que alguns produtos oferecidos pelo setor estão entre as principais prioridades da população, em todas as classes sociais.

Num país onde o SUS oferece serviços avaliados como ruins, os planos de saúde privados são ansiados por toda a população. Hoje mais ou menos 1/3 dos brasileiros são atendidos por eles, mas se, em função da crise, não há espaço para este número subir, a possibilidade de planos mais inteligentes e mais baratos não deixa de ser interessante para o corretor trabalhar.

Outra solução é o trabalho dos clientes já em carteira. O corretor brasileiro não costuma explorar todo o potencial de seus clientes. Muitos fazem apenas o seguro de automóvel. Mas os seguros residenciais estão aí, à disposição de todos, num país onde mais de 18 milhões de residências não possuem qualquer tipo de seguro. Da mesma forma, o número de empresas que contrata seguros é irrisório diante da quantidade de pessoas jurídicas existentes. E o que dizer dos seguros de responsabilidade civil de todos os tipos e que mal e mal estão sendo comercializados?

Estes são alguns exemplos do que pode ser feito, tanto para conseguir clientes novos, como para aumentar o número dos seguros contratados pelos clientes já em carteira.

Mas as possibilidades são infinitas. Cada corretor conhece seu universo melhor do que ninguém. Sabe os pontos fortes e os fracos. Cabe a ele trabalhar essa massa para ampliar seus negócios, aproveitando justamente o gancho da crise.

Não é fácil? Claro que não. Não há nada fácil neste mundo. Mas com estudo, dedicação e força de vontade o ser humano pode ir muito longe. O caminho está aberto. Cabe ao corretor que deseja vencer escolher a melhor trilha.

**Fonte:** [Sindsegs](#), em: 06.03.2015.