



Flávio Rodrigues

Vice-presidente comercial da HDI Brasil

Nossa casa é sinônimo de proteção, local de fazer planos e de receber aqueles que são importantes para nós. Para alguns é templo sagrado. Para outros é espaço de criação e inspiração. E existem aqueles que têm a casa como ambiente de trabalho. Por que não proteger esse local que nos acolhe diariamente?

Muitos protegem o carro, o celular, até mesmo a bolsa, mas deixam de lado esse bem tão importante. Acredito que a maioria associe o valor do seguro residencial com o do automotivo e, por isso, conclui que é um produto caro. No entanto, além de ter valor muito abaixo do seguro de automóvel, o residencial traz excelente custo-benefício ao cliente e diversas coberturas.

O mercado segurador, quase que em unanimidade, acredita que o seguro automotivo é muito promissor, com inúmeras possibilidades de exploração. A ideia é baseada no fato do Brasil ter frota superior a 50 milhões de veículos, sendo que apenas 30% desta é segurada. Se incontáveis cenários são imaginados para o crescimento deste segmento já consolidado no País, por que não exploramos o ramo de seguro residencial?

De acordo com dados de 2015 divulgados pela Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), temos quase 69 milhões de residências no Brasil, das quais apenas 13,3% possuem seguro. Logo, no comparativo com o ramo de automóvel, temos uma quantidade muito maior de residências, para um percentual de penetração que fica abaixo da metade do que é apresentado pelo auto.

É esperado que o mercado de seguros residenciais cresça 9% em 2016, segundo dados do Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP). Entretanto, esse número ainda é simbólico frente ao cenário existente no País. O Brasil possui um total de residências quase 38% maior do que a frota de veículos circulantes.

Enquanto o ramo de automóvel se mostra estável na casa dos 30% e tem, ainda, a possibilidade de crescimento com a chegada do Seguro Popular, o residencial apresenta uma taxa bem abaixo do

potencial de exploração do produto. Ou seja, há muito mais oportunidade de negócios neste ramo. Um dos fatores para a baixa adesão, possivelmente, é falta de conhecimento do consumidor em relação ao produto. Por isso, é muito importante que os corretores conheçam bem o produto e apresentem suas vantagens aos clientes.

E é justamente no cenário de corte de gastos que o País enfrenta atualmente, que o seguro residencial se mostra ainda mais vantajoso, pois com ele o segurado pode economizar em diversos serviços que contrataria de forma particular, como dedetização e manutenções domésticas. As apólices residenciais têm valor médio de R\$ 250, o que deixa o custo entre 0,6% e 0,9% do preço do imóvel. Logo, é um produto que deve – ou deveria – ter alto índice de penetração, já que o seguro para automóveis exige orçamento de 3% a 5% do valor do carro.