

## Classe A adere aos seguros massificados

(Não Assinado)

Os seguros massificados direcionados às classes C e D já são uma realidade no Brasil. Em vários cantos do País, pessoas podem contar com proteção contra desemprego, garantia estendida, assistência residencial, etc., de forma simples, ágil e, principalmente, com baixo custo.

Porém, essa modalidade está conquistando outro segmento da população – a camada mais alta. Mas por que isso acontece? Com a economia aquecida e as vendas em alta, os varejistas, em sua maioria, começaram a abrir os olhos para este segmento, que consome bem e produtos com alto valor. E, assim, encomendam produtos financeiros às corretoras de seguros, de acordo com o perfil de seu público. E porque não oferecer um seguro para relógio, óculos ou jóias, por exemplo?

Esta ideia ainda começa a engatinhar no Brasil, porém, basta raciocinarmos para ver que é esta parcela da população tem interesse nesses seguros. Afinal, ao adquirir um produto de alto valor, como auto ou imóvel uma das primeiras coisas a se pensar é na necessidade de se fazer um seguro, certo? E no caso de um relógio de alto valor? Porque não sair da loja com o produto já segurado? A partir destas questões, percebemos que os seguros massificados são direcionados a todo tipo de público, esteja ele em qualquer classe social.

Para termos uma noção da importância do segmento de massificados, somente em 2010 deve movimentar R\$ 1 bilhão em prêmio, o que significa um crescimento de 20% em relação ao ano passado. É pouco perto dos R\$ 60 bilhões do mercado de seguros geral, mas é promissor e deve crescer 30% neste ano.

Porém, o seguro em si ainda é um problema cultural no Brasil, prova disso é que ele representa cerca de 4% do PIB brasileiro. Enquanto em países de primeiro mundo, como na Europa, comprar seguros é uma realidade, aqui no Brasil, a maior parte destes produtos está concentrada nas classes A e B, com maior poder aquisitivo. Segundo pesquisa da FGV, a compra de seguros de todos os tipos pelas classes mais altas respondem por 46% da demanda de todo o país.

A oferta de seguros massificados traz ao segmento uma massa de pessoas que consomem produtos. Nos próximos anos, o setor de seguros no Brasil deve triplicar. No caso dos seguros direcionados a relógios e óculos darão cobertura em caso de quebra, riscos ou mesmo roubo. Porém, em todos os casos, é preciso estar atento ao que se está contratando, uma vez que o serviço deve realmente ser útil à necessidade de cada pessoa.

\* Rubens Nogueira Filho é diretor presidente da Classic Corretora de Seguros. Formado em administração de Empresas, possui especialização nos segmentos de Seguro e Varejo. O executivo está há trinta anos no mercado segurador e desde 1993 no comando da Classic Corretora de Seguros, onde implementou, de forma pioneira no Brasil, uma linha de produtos de seguro massificado, com foco no varejo nacional.