

Prezados Senhores,

Para conhecimento e para pensar...

Inicialmente, podemos dizer que a primeira fase foi a “descoberta” dos BRICs. Ou seja, em uma análise macro, discutir as principais variáveis econômicas, como renda, população, crescimento, etc.

Agora, a pergunta resultante é: Daqui a pouco, será que esta abordagem geral poderá ficar desatualizada? Ou seja, precisaremos fazer, cada vez mais, uma análise regionalizada? No caso do Brasil, por exemplo, será que o consumidor (de seguros ou de outros produtos) do Nordeste se assemelha a um da região Sul, etc?

Nesta linha, a McKinsey acaba de divulgar o estudo “Is your emerging-market strategy local enough?”.

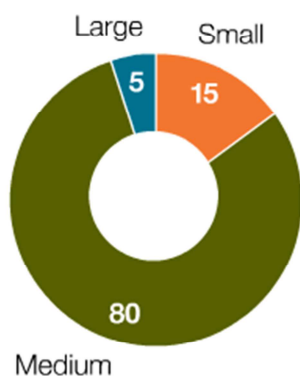
Ver [https://www.mckinseyquarterly.com/Strategy/Growth/Is\\_your\\_emerging\\_market\\_strategy\\_local\\_enough\\_2790#4](https://www.mckinseyquarterly.com/Strategy/Growth/Is_your_emerging_market_strategy_local_enough_2790#4)

Como ilustração desta necessidade, são comparadas as características dos consumidores de detergente, para mostrar como os cenários podem variar. Veja:

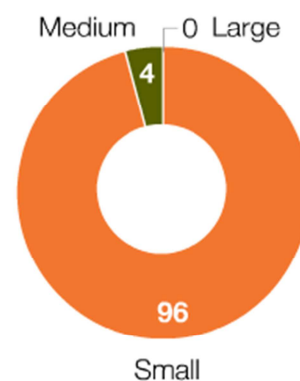
### **In Brazil, consumer preferences can vary dramatically across regions.**

Example: consumer preference for name-brand detergent's pack sizes,<sup>1</sup>  
pack size as % of total sales

**Brazilian consumers overall**



**Consumers in northeast Brazil**



<sup>1</sup>Small = < 500 grams, medium = 1,000 grams, large = >1,000 grams.

Source: LatinPanel

Tudo leva a crer que, com o crescimento menos concentrado, esta tendência irá chegar naturalmente (e cada vez de forma mais intensa) ao setor de seguros....

Cordialmente,

Francisco Galiza.

[www.ratingdeseguros.com.br](http://www.ratingdeseguros.com.br)

<http://twitter.com/ratingdeseguros>