



## O seguro residencial e as imobiliárias

*Com o crescimento da venda de imóveis no Brasil, o setor imobiliário mostra um crescente potencial para os corretores de seguros.*



Em 2016, o seguro residencial no Brasil faturou R\$ 2,5 bilhões, contra R\$ 2,4 bilhões em 2015 e R\$ 2,2 bilhões em 2014. Em 2006, esse mesmo valor era de R\$ 0,7 bilhão. Ou seja, em dez anos, uma variação de 250%, bem acima da taxa inflacionária acumulada para esse mesmo período, que foi de menos de 100%. Com esses índices,

não há dúvidas de que esse é um ramo de seguros que têm tido sucesso ao longo do tempo.

Mesmo com essa trajetória, ainda existe um bom espaço para crescer. Em estudo recente da Fenseg, menos de 15% das residências brasileiras estavam protegidas com um seguro residencial, enquanto nos Estados Unidos, Inglaterra e outros países esse percentual já é de 80%. De um modo geral, um seguro residencial não costuma passar de 0,5% do valor de reconstrução, com um prêmio médio de menos de R\$ 150 ao ano, para apartamentos localizados nas grandes cidades.

Analisando setores relacionados a esse segmento, vemos que, no Estado de São Paulo, a venda de imóveis no 2º semestre foi de 2.156 unidades, contra 2.025 unidades no mesmo período do ano anterior, uma variação positiva de 6%. Já a quantidade de aluguéis, para o mesmo período citado, passou de 13.538 para 15.745 unidades, uma variação também positiva de 16%. Outro aspecto importante recente é a quantidade de descontos, uma oportunidade para quem teve condições de comprar casa ou apartamento, já que pôde pagar menos pelo imóvel desejado.

As seguradoras estão investindo em sistemas que atendem às necessidades desse setor, assim como estão atuando na aquisição de novas plataformas e de tecnologia em apoio à distribuição de vendas.

Do ponto de vista do corretor, um bom espaço para crescer nesse ramo é explorar o canal dos corretores de imóveis e das imobiliárias. São agentes econômicos que, ao trabalharem diretamente com o objeto segurável em questão, entendem melhor o produto, podendo explicar o melhor serviço para seus clientes. Por fim, é sempre bom lembrar que, aproveitando os clientes desse canal, o corretor também pode oferecer seguros patrimoniais de empresas em uma venda cruzada. Tudo isso é uma oportunidade para aumentar a receita, com o incremento da fidelidade dos clientes.

Para o corretor de seguros que quer operar nesse segmento, é sempre oportuno usar todas essas referências e sugestões, visando uma estratégia mais eficiente.

Tenha isso em mente, e sucesso nas vendas!

*\*Francisco Galiza é sócio da empresa Rating de Seguros Consultoria ([www.ratingdeseguros.com.br](http://www.ratingdeseguros.com.br)), mestre em Economia (FGV), membro da ANSP (Academia Nacional de Seguros e Previdência) e professor do MBA-Seguro e Resseguro (Funenseg).*