ENTREVISTA

Sincor-RS vê expansão do mercado de seguros e previdência no RS

Presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros do Rio Grande do Sul (Sincor-RS), André Thozeski fala sobre o momento do mercado gaúcho

Gabriel Margonar, especial para o JC

O presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros do Rio Grande do Sul (Sincor-RS), André Thozeski, avalia que o mercado gaúcho de seguros e previdência privada vive um momento de expansão, impulsionado tanto pela tradição previdenciária da população quanto pelo impacto da enchente histórica de 2024, que reforçou a percepção sobre a importância da proteção financeira.

Jornal do Comércio - Como avalia hoje o mercado de seguros e previdência privada no RS?

André Thozeski - Os gaúchos têm uma forte tradição previdenciária. Nosso Estado historicamente se destaca em comparação aos demais nos índices de adesão tanto aos seguros quanto à previdência privada. Isso vem acontecendo.

JC - Quais são os produtos que mais crescem entre os gaúchos?

Thozeski - Nos últimos anos, mas especialmente no último, percebemos uma mudança importante no comportamento do consumidor. Há uma consciência maior em relação às proteções. Corretores relatam uma procura crescente por seguros que não se limitam à indenização financeira, mas oferecem serviços agregados, como telemedicina e assistência à família.

JC - O consumidor do Estado está mais consciente da importância de seguros e previdência privada?

Thozeski - O consumidor gaúcho sempre se caracterizou por ser esclarecido, mas hoje notamos algo além: ele está mais participativo no processo de contratação. Há uma interação maior com o corretor para desenhar contratos que atendam de forma mais ampla às necessidades. Riscos que antes eram vistos como distantes agora fazem parte das prioridades, como a proteção contra perda de renda por doença ou acidente, coberturas para doenças graves e, cada vez mais, previdência privada, dado o desencanto com o modelo público.

JC - Que mudanças de perfil vocês têm observado nos últimos anos?

Thozeski - Uma das transformações mais visíveis é a entrada de consumidores de menor poder aquisitivo. Antes, muitas pessoas acreditavam que seguro era algo caro, inacessível. Agora, cada vez mais entendem que a proteção cabe no orçamento. Os corretores tiveram papel fundamental nisso, pois passaram a formatar produtos acessíveis, com pagamento mensal, que se adaptam melhor às finanças familiares.

JC - Como a enchente de 2024 impactou a percepção da população sobre a importância da proteção financeira?

Thozeski - O impacto foi devastador, mas mostrou à sociedade a relevância do mercado segurador. Nossa resposta foi rápida: indenizamos mais de R$ 6 bilhões em pouco tempo. Em cerca de 60 dias, a maioria dos clientes já estava em processo de reconstrução de suas vidas e propriedades. Isso reforçou a confiança na nossa atuação. Muitas pessoas que não tinham seguro perceberam, ao ver familiares e amigos amparados, que poderiam ter enfrentado a tragédia com mais tranquilidade. Esse testemunho foi decisivo para despertar o interesse de novos consumidores.

JC - Qual é hoje a principal função do corretor de seguros diante da digitalização e da concorrência das insurtechs?

Thozeski - Nada substitui o atendimento humano e especializado. O corretor de seguros é para a família tão importante quanto um médico. Não é porque existem milhões de medicamentos disponíveis que alguém vai sair comprando sem orientação. O mesmo vale para o seguro. O corretor analisa detalhadamente as necessidades reais do cliente, examina cada contrato, compara entre diversas seguradoras e encontra a solução com melhor custo-benefício - que muitas vezes não significa o mais barato, mas o mais adequado. Além disso, acompanha o cliente em todo o processo, inclusive no momento mais delicado, que é o sinistro. É ele quem garante a indenização correta e rápida.

JC - De que forma a relação entre corretores e clientes mudou com os canais digitais?

Thozeski - Os canais digitais surgiram para facilitar o diálogo, mas não para substituir a relação pessoal. Um cliente que entende a importância da consultoria especializada jamais a troca por uma promessa milagrosa em um aplicativo de celular. Eu mesmo converso com clientes pessoalmente, por telefone, e-mail, WhatsApp e até redes sociais. O que não muda é a essência: continuo falando diretamente com meus clientes.

SINCOR-RS/DIVULGAÇÃO/JC



Para Thozeski, nenhuma tecnologia substitui o atendimento humano

JC - Quais são os principais desafios enfrentados pelos corretores no RS?

Thozeski - O grande desafio é conseguir chegar a tantos consumidores e dedicar a atenção necessária a cada um. As necessidades são específicas e variam de pessoa para pessoa. Isso exige tempo, dedicação e preparo.

JC - As insurtechs representam uma ameaça ou uma oportunidade para os corretores tradicionais?

Thozeski - Sempre convivemos com a tecnologia, ela não nos assusta. Os bons profissionais sempre souberam incorporar novas ferramentas ao seu trabalho. Então, não vemos as insurtechs como ameaça. Hoje, 90% dos seguros no Brasil ainda são distribuídos por corretores. Isso porque as pessoas querem ser atendidas por gente, não por máquinas.

JC - E quais ferramentas digitais o Sincor-RS tem incentivado seus associados a utilizar?

Thozeski - Acompanhamos de perto todas as novidades. Fomos pioneiros no País ao oferecer aos nossos associados ferramentas de cálculo, gestão de carteira de clientes e CRMs. Também estimulamos a presença ativa nas redes sociais, com conteúdo relevante. As inteligências artificiais são apenas mais uma etapa desse processo. Novamente, a tecnologia é uma ferramenta, não um substituto do trabalho humano.

JC - Quais são as tendências mais fortes para os próximos anos no mercado?

Thozeski - A personalização é, sem dúvida, a tendência mais forte. O consumidor não quer mais pacotes prontos, iguais para todos. Ele busca soluções sob medida. A proteção necessária para um jovem solteiro é diferente da de um casal que espera o primeiro filho ou da de quem está na melhor idade. E só uma consultoria profissional é capaz de personalizar cada contrato e garantir que as coberturas sejam realmente adequadas.

