

Por Antonio Penteado Mendonça



Na última quarta-feira, Boris Ber foi o convidado do almoço do Clube de Vida em Grupos de São Paulo. Boris Ber é o Presidente do Sincor-SP, o Sindicato dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo. Além disso, é um corretor muito bem-sucedido, com sólida carreira, há mais de trinta anos à frente de uma importante corretora de seguros da Capital. Ao longo deste tempo, Boris sempre esteve na primeira linha no combate em prol dos corretores de seguros, tendo sido vice-presidente do Sincor-SP ao longo da gestão de Alexandre Camillo e um dos principais interlocutores do mercado, com papel de destaque nas conversas entre seguradoras e corretores de seguros.

Em sua fala para os presentes, Boris fez um apanhado sucinto, mas exato da situação do mercado e da posição do corretor de seguros dentro dele. Ele tem razão quando diz que a profissão de corretor de seguros não está ameaçada, que, ao contrário, o momento é de consolidação e crescimento.

O corretor é o grande canal de distribuição de seguros no Brasil. A posição não foi atingida porque Papai Noel deu de presente a eles. Ao contrário, é fruto de uma árdua caminhada, onde a profissionalização desempenhou papel preponderante para que até as seguradoras ligadas a conglomerados financeiros se rendessem à competência dos corretores de seguros e os transformasse nos principais parceiros para colocação de suas apólices.

Esta situação não deve mudar nos próximos anos. Os corretores continuarão a ser o grande canal de distribuição, mas, como foi colocado por Boris Ber, existem desafios que precisam ser enfrentados por aqueles que não querem perder o bonde da história, não se preparando para estarem no jogo num dos momentos mais interessantes da aventura do seguro no Brasil.

Quem sabe um dos grandes obstáculos para o aumento da produção de vários corretores de seguros é a não utilização de suas redes de clientes e de contatos para vender apólices de seguros de outros ramos para quem já confia neles. É interessante observar as carteiras desses profissionais. Eles têm sólida produção de seguros de veículos, mas não têm, concomitantemente, seguros de vida, residencial, da empresa, planos de saúde, planos de previdência, enfim, toda uma série de produtos oferecidos pelo mercado, mas que eles não trabalham junto a seus clientes.

Em sua fala, Boris foi enfático na sua posição de, como gestor de corretora, exigir de seus colaboradores que ofereçam outros ramos de seguros, além dos já contratados, para os seus clientes.

O caminho das pedras passa por aí. É muito mais fácil vender um novo produto para quem já é seu cliente do que conseguir um novo cliente. E é isso que falta para a otimização dos resultados de muitos corretores de seguros. A maioria vende seus seguros de veículos e para. Não oferece outros seguros. O resultado é que ele ganha menos do que poderia ganhar, além de abrir flanco para que

a concorrência entre nos seus clientes, oferecendo seguros que eles não têm para, depois que ganharem sua confiança, disputarem e levarem os outros seguros já contratados por aquele segurado.

Mais que nunca, é hora dos corretores darem um balanço na sua forma de trabalho.

**Fonte:** [SindSeg SP](#), em 20.05.2022.