

Uma crise como a brasileira pode ser fatal para quem não tomar as medidas necessárias para passar por ela

Por Antonio Penteado Mendonça



Diz o ditado que quem fica parado é poste. Se mexer é da natureza humana e as épocas de crise dão uma coceira que faz as pessoas se mexerem mais. O setor de seguros não é diferente. E, dentro dele, os corretores de seguros, por todas as razões, mas antes de tudo por estarem na linha de frente, estão se encontrando e conversando, em busca de respostas e saídas para os impasses e barreiras que ameaçam sua atividade.

Os eventos de corretores de seguros não são novos. Eles acontecem com grande regularidade em todo o território nacional, promovidos pelos sindicatos, pela Federação e pela Funenseg e vão desde cursos e seminários a grandes congressos.

Ao longo dos últimos anos os maiores eventos dos corretores de seguros tiveram como tema o desenho futuro da atividade. Discussão importante e urgente, o futuro da profissão passa por variáveis já identificadas e outras ainda nebulosas, mas que precisam ser tratadas, sob o risco do corretor de seguros perder espaço como canal de vendas dos produtos de seguros.

Ninguém duvida, o grande canal de venda do setor são os corretores de seguros. Onde pega é que no Brasil todos os que participam da comercialização de seguros são obrigatoriamente corretores de seguros. É consequência da redação da lei que regula a matéria e que determina que as comissões de corretagem só podem ser pagas a corretores de seguros devidamente habilitados.

O resultado é o que está aí e que faz com que lojas varejistas tenham corretora de seguros, mas que a venda das apólices e bilhetes seja feita pelos vendedores de eletrodomésticos, que não têm a menor ideia do que seja uma garantia estendida ou um seguro prestamista, além daquilo que lhe dizem em complemento à leitura do folheto.

Está errado? Não. É assim porque é assim. Então, o que tem que ser feito é discutir o modelo em vigor para verificar em que pontos ele foi ultrapassado pela realidade, quais os canais mais eficientes para cada produto e quais as medidas que precisam ser rapidamente tomadas para que o corretor de seguros profissional continue tendo seu lugar no mercado, não como alguém que conhece meia dúzia de pessoas, por isso vende meia dúzia de seguros de veículos, mas porque é um profissional capacitado, que conhece com o que trabalha e defende da forma mais eficaz possível os interesses de seus segurados.

Tem gente altamente competente que afirma que o Brasil só sai do buraco a partir de 2017. O que vai acontecer nos próximos dois anos pode ameaçar o setor de seguros? Em princípio, a resposta é não. Não há porque haver uma quebraadeira ou uma interrupção fulminante das vendas. Ao contrário, quem tem seguro deve continuar fazendo seus seguros e isso é particularmente válido

para os proprietários de veículos novos ou com poucos anos. Também é válido para os titulares de seguros de vida e, na medida do possível dentro da crise, para os titulares de planos de saúde privados.

Mas o cenário geral não ser negativo não significa que alguns não venham a enfrentar problemas. Quem estiver mal posicionado ou sair a campo sem conhecer a fundo que pretende fazer pode se dar mal. A afirmação é válida para seguradores, resseguradores e corretores de seguros. Uma crise como a brasileira pode ser fatal para quem não tomar as medidas necessárias para passar por ela.

É por isso que neste momento as discussões nos fóruns de corretores de seguros são tão importantes. A possibilidade de trocar experiências, aprender sobre novos produtos, conhecer o que os outros estão fazendo para enfrentar a crise são passos indispensáveis para quem quer se dar bem.

Os eventos de corretores têm a vantagem de colocar todos os players do setor num mesmo local, atrás de soluções eficientes para seus respectivos negócios. É a chance de ouvir e aprender com as principais seguradoras, com outros corretores, com consultores e prestadores de serviço que conhecem o mercado e como passar pelas crises.

Além disso, é sempre bom se ter claro que crise significa também oportunidade. Quem disse que agora não é a hora certa para ocupar determinado espaço? Para lançar novas formas de venda e fidelização? De explorar novos nichos?

A melhor forma de se aprender a fazer isso é participando dos eventos do mercado, discutindo e ouvindo quem sabe.

**Fonte:** SindsegSP, em 12.06.2015.