

Por Diego Maia (*)



Recentemente, a CDPV concluiu a [Pesquisa de Capacitação Comercial 2026](#), ouvindo 224 pequenas e médias empresas brasileiras. Um dado chamou minha atenção: 58,5% afirmaram que pretendem aumentar os investimentos em treinamento comercial nos próximos 12 meses.

Confesso que esse resultado não me surpreendeu.

Depois de mais de duas décadas trabalhando com desenvolvimento de equipes de vendas e realizando palestras para empresas de diversos segmentos, percebo que o mercado finalmente voltou a enxergar o treinamento como investimento, e não como despesa. No setor de seguros, essa percepção ficou ainda mais evidente.

O trabalho do corretor mudou.

Há alguns anos, boa parte das vendas começava quando o cliente procurava um profissional para solicitar uma cotação. Hoje, muitas vezes, esse primeiro contato acontece depois que ele já pesquisou preços, leu avaliações, assistiu vídeos, comparou coberturas e conversou até com uma inteligência artificial.

Quando esse cliente procura um corretor, ele espera algo que a internet não consegue entregar

sozinha: orientação.

É justamente por isso que acredito que vender seguros nunca exigiu tanto preparo quanto exige agora.

Nas empresas do setor com as quais tenho trabalhado, observo que os profissionais que mais crescem não são necessariamente os que falam melhor. São aqueles que estudam continuamente, fazem perguntas inteligentes, entendem o negócio do cliente e conseguem transformar uma simples apólice em uma solução para proteger patrimônio, família e empresas.

A inteligência artificial também entrou definitivamente na rotina comercial. Tenho visto corretores utilizando essas ferramentas para elaborar propostas, organizar informações, responder dúvidas iniciais e ganhar velocidade no atendimento.

Isso é excelente.

Mas existe um detalhe importante: a tecnologia pode acelerar praticamente todas as etapas da venda. A confiança, porém, continua sendo construída entre pessoas.

É uma frase que costumo repetir nas minhas palestras e também no Podcast de Vendas do Diego Maia, publicado diariamente desde 2009: tecnologia aproxima. Confiança fecha negócios.

Talvez seja exatamente por isso que tantas empresas estejam voltando a investir em capacitação comercial. Quando produtos ficam parecidos, preços se aproximam e processos são automatizados, o verdadeiro diferencial passa a ser quem está do outro lado da mesa.

No mercado de seguros, isso significa preparar profissionais capazes de ouvir mais, orientar melhor e gerar valor antes mesmo de apresentar uma proposta.

Na minha visão, esse será o maior patrimônio competitivo das corretoras e seguradoras nos próximos anos.

Onde tem venda, tem vida.

(*) [Diego Maia](#) é palestrante de vendas, escritor com oito livros publicados e fundador da CDPV Companhia de Palestras. Desde 2003, atua no desenvolvimento de equipes comerciais, treinamento de vendas e performance comercial, com mais de 1.800 palestras realizadas no Brasil e no exterior. Apresenta o Podcast de Vendas do Diego Maia, publicado diariamente desde 2009 — um dos programas mais longevos do país sobre o tema. É reconhecido como uma das vozes mais influentes do país em performance comercial, atendimento ao cliente e desenvolvimento de equipes de vendas.

(01.07.2026)