

Por Diego Maia (*)



Num setor que se reinventa a cada ano, o conhecimento de ontem não paga as contas de amanhã. Estudar deixou de ser opção

Sou Diego Maia, palestrante de vendas, e falo de aprendizado contínuo com a autoridade de quem o pratica: publico o Podcast de Vendas do Diego Maia diariamente desde 2009 — são mais de 2.000 episódios, um por dia. Cada episódio me obriga a estudar, revisar, atualizar. Se eu, que ensino vendas, preciso aprender todos os dias, imagine o corretor de seguros num mercado que muda o tempo inteiro.

O setor de seguros se reinventa a cada ano

Só nos últimos tempos, o corretor viu entrar em cena a nova Lei de Seguros (em vigor desde dezembro de 2025, também chamada de Marco Legal dos Seguros no Brasil), o avanço do Open Insurance, o Plano de Desenvolvimento do Mercado de Intermediação de Seguros e novas certificações. A própria Fenacor defende um corretor 'educado, certificado e conectado'. Quem parou de estudar há cinco anos está, hoje, defasado — mesmo sem perceber.

Educação continuada é a marca do setor

Não é coincidência que o setor de seguros tenha na educação uma das suas maiores instituições. A ENS forma e atualiza a categoria há mais de meio século, com a premissa de que o profissional se aperfeiçoa a vida inteira. Habilitação é o começo, não o fim. O corretor que entende isso trata cada curso, cada certificação e cada leitura como investimento — não como custo.

Estudar técnica, mercado e vendas

O aprendizado do corretor tem três frentes. A técnica — produtos, coberturas, regulação — é a base. O mercado — tendências, tecnologia, comportamento do consumidor — dá a leitura do jogo. E as vendas — abordagem, diagnóstico, comunicação, fechamento — são o que converte conhecimento em resultado. Muitos corretores investem só na primeira frente e negligenciam justamente a que paga a comissão.

O aprendizado como vantagem competitiva

Num mercado que deve alcançar R\$ 808 bilhões em 2026, segundo a CNseg, a concorrência cresce junto com as oportunidades. O que diferencia o corretor não é mais só o acesso ao produto — é o preparo. O profissional que estuda continuamente entende melhor o cliente, argumenta melhor, adapta-se mais rápido. O que estacionou disputa no improviso.

Aprender a vida inteira não é sacrifício; é o que mantém o corretor relevante. Onde tem venda, tem vida — e onde tem aprendizado contínuo, a venda tem futuro. O corretor que nunca para de estudar constrói, ano após ano, a única autoridade que se sustenta: a que vem do conhecimento.

Não esqueça: onde tem venda, tem vida.

[Diego Maia](#) é palestrante de vendas, escritor com oito livros publicados — dentre eles 7 Princípios da Venda — e fundador da CDPV Companhia de Palestras. Desde 2003, é presença constante em convenções de vendas e eventos corporativos, com foco no desenvolvimento de equipes comerciais, treinamento de vendas e alta performance — somando mais de 1.800 palestras realizadas e 500 mil profissionais treinados no Brasil e no exterior. Apresenta o Podcast de Vendas do Diego Maia, publicado diariamente desde 2009, sempre às 7h, com mais de 2.000 episódios. Desde 2011, lidera o movimento #SouDeVendasComOrgulho, pela valorização e profissionalização de quem vive de vendas no Brasil. Seu slogan é “Onde tem venda, tem vida”.

Fontes dos dados citados: Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg); Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg); Fenacor; e Escola de Negócios e Seguros (ENS). Dados referentes a 2025 e projeções para 2026.

(21.07.2026)