

O Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP) revela os resultados da pesquisa feita com os corretores de seguros do Estado sobre os produtos e serviços oferecidos pelas seguradoras. De acordo com o estudo, o ramo vida foi o melhor avaliado, em contrapartida, os seguros de saúde e odontológico ficaram com as piores pontuações.

A Pesquisa de Satisfação dos Corretores de Seguros - Serviços e Produtos das Seguradoras foi disponibilizada entre fevereiro e junho deste ano, com o objetivo de ouvir os profissionais em relação aos ramos de Automóvel, Ramos Elementares, Vida e Saúde e Odonto. Conduzido pelo consultor de economia do Sincor-SP, Francisco Galiza, a pesquisa seguiu critério de pontuação em cinco escalas, sendo: excelente (200), muito bom (150), bom (100), regular (50) e ruim (0).

Os segmentos de Vida e Automóvel tiveram as melhores avaliações, atingindo as pontuações 119 e 117, respectivamente. Na sequência, ficou Ramos Elementares, com avaliação um pouco pior, com 111, em função dos critérios de renovação e aceitação. Já os ramos de Saúde e Odonto, tiveram os piores resultados, com 101, devido critérios de reajuste e reembolso.

Segundo o presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, a Pesquisa de Satisfação entra para o acervo de publicações divulgadas ao mercado para contribuir com sua evolução. "Nosso objetivo foi ouvir os corretores de seguros para identificar os principais pontos positivos e as questões a serem melhoradas na relação com as seguradoras para, conseqüentemente, atender melhor o segurado e garantir bons negócios a todos", afirma.

Para Francisco Galiza, materiais como esse são imprescindíveis para garantir que melhorias sejam aplicadas nos serviços oferecidos pelo mercado de seguros. "Através das estatísticas vemos indicativos de que alguns serviços prestados precisam ser melhorados. Para se ter uma ideia, em média, 20% das respostas dos corretores afirmaram ter tido caso sem solução nos ramos de saúde e odonto, e quase 30% ainda têm receio de vender esse tipo de produto. Então, o mercado precisa propor mudanças", pontua o especialista.

Fonte: Sincor-SP, em 23.09.2016.