

Por Antonio Penteadó Mendonça



O Vigésimo Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros aconteceu em Goiânia, entre os dias 12 e 14 passados. Com a participação de mais de três mil profissionais, a grande maioria corretores de seguros, o evento discutiu os novos marcos do setor de seguros brasileiro.

Nos próximos anos, a atividade seguradora nacional deve experimentar um crescimento impressionante e, ao mesmo tempo, a mudança radical de sua forma de atuação.

O desenho atual pode permanecer, mas a forma de fazer negócios deve sofrer alterações significativas, tanto no desenvolvimento dos produtos, como na sua comercialização. Muito do que vemos hoje deve mudar bastante, puxado pelas definições de áreas e forma de atuação, especialização, âmbito territorial e canais de distribuição.

Muita gente fala que as seguradoras devem intensificar a venda direta de suas apólices e que isso é uma ameaça para o futuro do corretor de seguros. Mas será que é por aí ou será que são corretores com uma visão mais moderna da distribuição de seguros que devem ocupar os espaços deixados pelos que não se atualizarem?

Os corretores de seguros são o principal canal de distribuição de seguros gerais, seguros de vida em grupo e planos de saúde privados. Mas essa situação não é tão tranquila quando falamos de capitalização e de planos de previdência complementar e pode não ser a regra na venda futura de seguros de vida com capitalização.

O grande produto da maioria dos corretores de seguros é o seguro de veículos. Mais da metade dos profissionais em ação no Brasil tem o foco de seus negócios neste seguro, não se interessando muito em investir na diversificação dos produtos com que atua, da mesma forma que não se interessa pela adoção de ferramentas de informática mais sofisticadas para o gerenciamento de seus negócios.

É aí que mora o grande risco para estes profissionais. O mundo não espera quem fica para trás e o Brasil não é diferente. Basta olhar as mesas de um restaurante no almoço de domingo para não se ter dúvida de que a internet veio, viu e venceu. É comum vermos os pais, cada um com seu celular, e os filhos, cada um com seu tablet, almoçando quase sem trocarem uma palavra entre si. Se os pais não compram seguros pela internet, o e-commerce, através das redes sociais e do uso de celulares, tablets e computadores, está dirigindo as novas gerações para o uso maciço de suas ferramentas para comprarem ou pesquisarem tudo e mais alguma coisa. Se os seguros não estão entre os artigos mais vendidos através da internet, as consultas de preços e características dos produtos crescem constantemente. Sites de busca e comparação são cada vez mais acessados e as corretoras antenadas tomam providências para ocuparem os espaços, disponibilizando os canais necessários para que os potenciais compradores cheguem nelas da forma mais simples e amigável

possível. Assim, mesmo que as vendas continuem sendo feitas pelo telefone ou encontros presenciais, a demonstração dos produtos via internet será cada vez mais comum e abrangerá uma ampla gama de seguros.

O que o Congresso de Goiânia acaba de mostrar é que as ferramentas estão aí e que os corretores de seguros que o desejarem têm um enorme campo para se aprimorar e entrar com tudo na era digital.

Com foco nas novas tecnologias, o evento colocou na mesa diversas realidades e experiências, além de trazer a contribuição de especialistas no assunto, que demonstraram os impactos do avanço irresistível do mundo tecnológico em todas as áreas de negócios, inclusive no setor de seguros.

Quem quiser ter um lugar ao sol deve estar disposto a mudar, a evoluir e adotar as ferramentas para o seu sucesso na era digital, algumas inclusive colocadas à disposição dos corretores durante o Congresso.

É verdade, vários riscos continuarão demandando trabalho pessoal e próximo entre o corretor, a seguradora e o segurado, mas estes seguros não são o carro chefe da maioria dos corretores. E eles também exigem alta profissionalização e forte uso da informática.

O recado ficou claro. É hora de o corretor de seguros entrar de cabeça na era digital.

Fonte: SindSegSP, em 20.10.2017.