

## Vida resgatável não é produto financeiro para ser comercializado em agências bancárias.

**A participação do corretor é fundamental para orientar corretamente o cliente, num autêntico processo de Venda Consultiva.**

### **Mas é preciso rever o comissionamento.**

Recentemente, o JCS abordou, como matéria de capa, as oportunidades que chegam com o VGBL.

Em nossos contatos com a categoria por todo o Estado de São Paulo e, mais recentemente, no XII Congresso Brasileiro de Corretores de Seguros, realizado pela Fenacor, em Porto Alegre, pudemos formar um consenso sobre o impacto que esse novo produto trará ao mercado.

Nossa conclusão é que estamos diante de um segmento altamente estratégico, que pode e deve ser massificado. Mas essa massificação deverá ser extremamente criteriosa: afinal, estamos falando de cobertura em casos de morte, invalidez e por sobrevivência.

Não é exagero afirmarmos que Vida é um produto de grande responsabilidade social. Confundir Vida com simples poupança ou algum tipo novo de capitalização é um equívoco, que custará caro a todo o mercado de seguros.

O que queremos dizer com Venda Consultiva?

Uma venda responsável, feita de forma analítica, levando em conta

as características de cada cliente. Queremos um corretor-consultor, que defenda os interesses do cliente e não esteja apenas interessado em "produzir", como geralmente acontece na venda bancária.

Queremos isso, até porque sabemos do potencial de

**O ramo Vida produz estoque de reservas de longo prazo, um fator essencial para o próprio desenvolvimento econômico brasileiro.**

**Estes são alguns números de 1999 em países onde se pratica a Venda Consultiva do Seguro Vida:**

- Inglaterra: US\$ 148 bilhões
- Japão: US\$ 393 bilhões
- Estados Unidos: US\$ 394 bilhões
- Brasil: US\$ 2 bilhões (31.o lugar no mundo)

fidelização de um seguro como Vida Resgatável, onde o cliente é conquistado por muitos e muitos anos.

Pois bem: aqui chegamos num ponto fundamental, a questão da comissão.

Um corretor com o perfil que



citamos precisa ter uma remuneração digna e motivadora.

Dos Estados Unidos, o país mais bem sucedido em seguros, nos vem o modelo de remuneração que consideramos ideal: maiores taxas de comissão nos dois primeiros anos, que é o tempo que o cliente leva para se tornar estável.

O que não queremos é o cliente rotativo, que investe apenas pensando no resgate, o que, certamente, não é bom para o mercado como um todo.

A consolidação desse mercado exige estabilidade e negociação de longo prazo, o que, como demonstramos, só pode ser feito através da Venda Consultiva.

Nesse momento, o Sincor-SP e a Fenacor estão encaminhando à Susep considerações detalhadas para que tenhamos uma regulamentação justa e correta para as três partes interessadas: o corretor, as seguradoras e, principalmente, o consumidor final, razão de ser de nossa atividade.

**João Leopoldo Bracco de Lima**  
**Presidente do Sincor-SP**