

SulAmérica oferece comissão extra ao corretor

O maior interesse das seguradoras pelos corretores de seguro não se restringe à empresa ligadas a bancos. Na SulAmérica, um dos principais diferenciais é uma remuneração extra. Segundo Marcus Vinícius, vice-presidente de vendas e marketing da seguradora, o corretor que vende mais e traz bons resultados para à companhia, tem uma remuneração adicional à tradicional comissão de venda.

“A relação entre seguradora e corretor é boa quando é ganha-ganha.” A seguradora trabalha com 28 mil corretores ativos.

Já a MetLife, focada em vida e previdência, criou um novo programa de relacionamento com corretores. Nele, as vendas de seguros viram pontos que podem ser convertidos por bônus que dão descontos na compra de produtos e serviços com preços diferenciados pela internet.

Leoncio de Arruda, presidente do sindicato dos corretores de São Paulo (Sincor-SP) aponta quatro motivos para justificar o maior interesse das seguradoras, principalmente das de banco, pelos corretores. A primeira razão é que a venda de um seguro por corretor é mais barato que outras formas de distribuição. Além disso, diz ele, o corretor aumenta as vendas de seguro, que estacionaram em alguns bancos.

Outro motivo é que esse profissional, como tem um maior relacionamento com o cliente, consegue uma venda melhor e, portanto, gera menos reclamações de que vendas em agências.

Pela lei, um seguro precisa ser obrigatoriamente vendido por meio de um corretor. Na prática, porém, isso nem sempre acontece.

O corretor de seguro está principalmente associado com a venda das apólices para automóveis. Mas outros tipos de seguro, como vida e saúde também são vendidos por corretores. **No caso do Banco do Brasil, a BB Seguro Saúde começou no ano passado a vender apólices com corretores especializados de algumas cidades. O projeto deu certo e foi expandido.**

Fonte: Jornal Valor – Caderno de Finanças - 11, 12 e 13/07