

REVISTA DA
ACONSEG® **SP**
Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria de Seguros do Estado de São Paulo



Aconseg-SP comemora 16 anos

Em evento de fim de ano, entidade
apresentou diretoria para o próximo biênio

Perspectivas para 2020

Prepare-se para as oportunidades
de negócios e para um
consumidor mais exigente

Encontro com a SulAmérica
Executivos da seguradora
destacaram atuação das assessorias
durante evento da Aconseg-SP

Gabriel Portella, presidente da SulAmérica



#golnajanela Você sabe o que isso quer dizer?

Quer dizer que é comum criança jogar bola em casa. Tão comum quanto quebrar alguma coisa no meio da partida. Por isso, e para todos os outros momentos da vida, a Bradesco Seguros tem o seguro residencial certo para seus Clientes.

Ofereça um Bradesco Seguro Residencial para seus Clientes e faça bons negócios.

Bradesco Seguros. Com Você. Sempre.



Central de Relacionamento: 4004 2757 / 0800 701 2757
SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966
SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 2762
Ouvidoria: 0800 701 7000
Ouvidoria - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 7877



bradesco
seguros

Diretoria-Executiva

Presidente

Marcos Colantonio

Vice-Presidente

Ricardo Montenegro

Diretor Financeiro

Roberto Benedito de Oliveira

Diretor Administrativo

Milton Ferreira

Diretor Interior

Jairo Henrique Christ

Presidente Conselho

Helio Otipari Junior

Empresas Associadas

Ação Imediata | Abediel Pereira | www.acaoimediate.com.br | abediel@acaoimediate.com.br | (11) 4742-9900

Active | Roberto Benedito | www.comlactive.com.br | roberto@comlactive.com.br | (11) 3293-0777 - (11) 99314-4825

Alliance | Andrea Troncoso / Antonio Carlos Brasil | www.allianceseng.com.br | andrea@alliance.com.br | (19) 9 99210-4819 - (19) 99210-9913

C4 | Armando Semegnin | www.c4online.com.br | armando@c4online.com.br | (11) 5535-1063

Christ | Jairo Christ | www.christassessoria.com.br | jairo@christassessoria.com.br | (19) 2512-4800

Continental | Luiz Gustavo / Liza Maria / Angela Maria | www.continentalservicos.com.br | angela@continental.com.br | (11) 9 7125-1615 - (11) 98426-3593 - (11) 98312-0078

Copasul | Marcos Colantonio | www.copasulassessoria.com.br | marcos@copasulassessoria.com.br | (11) 2671-7800

Futura união | Marcos Holanda | marcos.holanda@futurauniao.com.br | (11) 3661-4491

F. Luvisi | Fabio Luis | fabioluis@fluvisi.com.br | (11) 4113-3018

Fonseg | Ricardo Fonseca / Jessica Fonseca | www.fonsegassessoria.com.br | ricardo.fonseg@uol.com.br | (11) 998882-1360

Friends City | Fabio Carvalho | fabio.friendscity@gmail.com | (11) 2641-5062

Genebra | Alessandro Persico | genebra@brgenebra.com | (11) 3106-6961

Humana | Rodrigo Bertacini | www.humanaseguros.com.br | diretoriasp@humanaseguros.com.br | (11) 3334-8618

Intercor | José Scalco | scalcojr@hotmail.com | (16) 4522-5303

Labour | Margarety Tymus | www.labourseguros.com.br | diretoria@labourseguros.com.br | (11) 3253-8644 - (11) 3253-2439

Lexus | Sergio Ricardo | lexus.seguros@terra.com.br | (11) 3873-2992

Marchan | Mauro Archanjo | www.marchassessoria.com.br | mauro@marchassessoria.com.br | (19) 3251-3938

Maxfort | Aparecida Garrido | www.maxfortseg.com.br | ap.garrido@suring.com.br | (11) 2909-7622

Maximo 360 | Maximo Antonio maximosantos@maximo360.com.br | pinheiro@maximo360.com.br | (11) 9 9656-0785 | (11) 9 9589-6582

Montenegro | Ricardo Montenegro | www.montenegroseguros.com.br | montenegro@montenegroseguros.com.br | (11) 3596-7500 / (11) 97686-1451

NBA | Nilson Barreto | www.nbaseguros.com.br | nilson@nbaseguros.com.br | (11) 2227-9090

Novo Milênio | Diego Linardo | www.novomilenioassessoria.com.br | diego@novomilenioassessoria.com.br | (19) 3422-0804

Otipari Assessoria | Helio Otipari Jr. | www.otipari.com.br | helio@otipari.com.br | (11) 99183-8433

Personal Prev | Milton Ferreira | www.corretortokio.com.br | contato@corretortokio.com.br | (11) 99221-7174

Prestopower | Arsenio Lelis | www.prestopower.com.br | prestopower@prestopower.com.br | (11) 99191-1662

Prestseg | Fernando Campos | www.prestseg.com.br | www.prestseg.com.br | (19) 3805-5100 / (19) 99713-3595

Renaseg | Alberto Novais | www.renaseg.com | diretoria@renaseg.com.br | (16) 9 9245-0813 / (16) 99792-0813

Rizk & Almeida | Rubens de Almeida | www.rizkalmeida.com.br | rubens@rizkalmeida.com.br | (11) 98544-7508

R&S | Rogério Ruano Neto | ruanoneto@hotmail.com | (19) 3453 5276 / (19) 2114 3240

Sanz Assessoria | Maria Guadalupe | www.sanzassessoria.com.br | guadalupe@sanzassessoria.com.br | (19) 3255-6702

SOM.US | Fabio Basilone | fabio.basilone@som.us | (21) 2272-5223

Valor-ação | Jorge Teixeira | www.valoracaoseguros.com.br | jorget.barbosa@gamil.com | (11) 9 9914-5366

Veritas | Fabio Sardgna | www.veritasseguros.com.br | fabio@veritasseguros.com.br | (11) 9 9300-3429



Ano novo, desafios novos

Chegamos ao final de mais um ano que apresentou diversos desafios para os corretores parceiros das assessorias de seguros. Em um cenário econômico ainda fragilizado, esses profissionais se adaptaram e aprimoraram o atendimento aos segurados, com o apoio imprescindível das assessorias de seguros, que se fortalecem cada vez mais como um importante braço comercial das seguradoras.

Nessa edição, trazemos uma matéria sobre as perspectivas de seguradoras e operadoras para o próximo ano. De maneira geral, as empresas consultadas orientam que os profissionais parceiros das assessorias estejam atentos para as diversas necessidades dos consumidores em termos de proteção securitária.

Esta é uma bandeira também defendida pela Aconseg-SP, por meio de iniciativas como a campanha "Diga Sim ao Seguro de Vida", que estimula a comercialização desse produto e, consequentemente, a diversificação de carteiras dos profissionais.

Outro destaque dessa edição é o tradicional evento de fim de ano promovido pela Aconseg-SP. Este ano, celebramos os 16 anos de fundação da entidade e, durante o evento, apresentamos alguns dados do 4º Relatório Econômico-Financeiro da Aconseg-SP, que divulga diversas informações sobre as assessorias de seguros.

Entre os destaques dessa edição do estudo há a abrangência de atendimento das assessorias aos corretores, já que o número saltou de 22 mil para 27 mil profissionais atendidos entre 2018 e 2019. Além disso, o estudo constata que a projeção de faturamento das assessorias alcance R\$ 1,9 bilhão em 2019.

O evento da Aconseg-SP também apresentou a diretoria da entidade para o próximo biênio. A nova diretoria tomará posse a partir de janeiro de 2020, e tem Helio Otipari Júnior como presidente.

Ao final da gestão da atual diretoria da Aconseg-SP, fazemos um balanço positivo sobre as ações promovidas nos últimos quatro anos, período desafiador, mas também repleto de bons frutos para os corretores parceiros das assessorias de seguros.

Estimamos que a nova diretoria mantenha o primoroso trabalho promovido pela Aconseg-SP para a solidificação das assessorias de seguros no mercado paulista.

Feliz Natal e próspero Ano Novo!



Marcos Colantonio
Presidente da Aconseg-SP



"Diga
sim para
o Seguro
de Vida"



Aconseg-SP celebra 16 anos em tradicional evento de fim de ano

Com a participação de assessorias associadas, parceiros de negócios e entidades do mercado, associação apresentou diretoria para o próximo biênio

Em novembro, a Aconseg-SP realizou sua festa de fim de ano, em que apresentou as conquistas da atual diretoria, celebrou os 16 anos da associação e expôs os objetivos da futura diretoria, que assume o comando da entidade a partir de janeiro de 2020.

Além disso, o evento contou com a participação de assessorias associadas, seguradoras, operadoras e empresas de prestação de serviços parceiras, além de representantes de entidades do mercado.

O vice-presidente da entidade, Ricardo Montenegro, ressaltou o trabalho realizado pelas assessorias de seguros, como a conquista de mais nove associadas. "Tivemos um crescimento orgânico em número de assessorias e volume de negócios. Evoluímos em número de treinamentos, cursos e ações realizadas principalmente durante este ano".

Ele enfatiza que, por conta das realizações em prol do mercado, as assessorias de seguros se consolidaram como um importante braço comercial das seguradoras. "Podemos considerar as assessorias como um dos principais canais de distribuição das seguradoras com a diversificação dos produtos comercializados e o mix de carteira que colaboram para aumentar a produtividade e rentabilidade dos nossos parceiros".

Ricardo Montenegro também destaca as vantagens da parceria com as assessorias para os corretores de seguros. "Os corretores atendidos pelas assessorias contam com apoio técnico, podendo disponibilizar seu tempo para fazer *cross selling*, tra-

zer novos clientes e, assim, aumentar sua produtividade".

O presidente da Aconseg-SP, Marcos Colantonio, destacou algumas ações da diretoria vigente. "Foram quatro relatórios atualizados sobre as assessorias de seguros de São Paulo, realizados pelo economista Francisco Galiza, com alguns números que mostram a pujança da Aconseg-SP no mercado", exemplifica.

Representatividade das assessorias

Alguns dados do 4º Relatório Econômico-Financeiro da Aconseg-SP foram divulgados durante a festa. "Passamos de



Homenagem da Sompo Seguros



Homenagem da Tokio Marine



Homenagem da Bradesco Seguros



Homenagem Sulamérica



24 para 33 assessorias, o que significa um aumento de representatividade no mercado paulista. E também foi levantado que cada corretor de seguros trabalha, em média, com duas assessorias”.

Ele complementa que as assessorias somam cerca de 500 profissionais que prestam atendimento a 27 mil corretores de seguros, quantidade que também deu um salto, já que em 2018 eram 22 mil profissionais atendidos.

Colantonio também ressalta a projeção de produção para o próximo ano. “Estimamos que neste ano o faturamento das assessorias chegue a R\$ 1,9 bilhão. Em 2020, o crescimento deve ser de 12% em relação ao ano anterior, ou seja, R\$ 2,1 bilhões”.

Segundo o relatório, houve uma queda da carteira de automóvel na participação do mix neste ano. “Em 2018 a carteira de automóvel representou 53% da produção das assessorias e esse ano caiu para 49%, decorrente do aumento da carteira de saúde”, esclarece.

Ele também destaca o desempenho da carteira de vida. “No ano passado, tínhamos apenas 2% de seguro de vida e agora passou para 3%. Isso é, um incremento de mais de R\$ 60 milhões, 50% de aumento em relação ao ano anterior”.

Mais um ciclo

Marcos Colantonio fez um balanço sobre sua gestão à frente da entidade. “No final de 2019 encerro meu ciclo à frente da Aconseg-SP. Foram quatro anos que nos dedicamos a alguns desafios, como mostrar ao mercado que não somos assessorias de um produto só”, explicou ele sobre o trabalho da Aconseg-SP para incentivo à diversificação de carteiras.

Ele mencionou ainda a campanha focada em seguros de vida. “Há dois anos criamos a campanha ‘Diga sim para o Seguro de Vida’. E, coincidência ou não, o ramo de seguro de vida cresceu 50% em relação ao ano passado”, comemorou.

“Além disso, tivemos o 1º Encontro de Tecnologia da Aconseg-SP, com a participação de algumas seguradoras parceiras. Hoje, temos a plena consciência de que devemos mudar a forma de atender o corretor de seguros e queremos oferecer a eles ferramentas para seu dia a dia. Fiquei muito feliz em saber que algumas assessorias já colocaram em prática as soluções apresentadas naquele evento”, reforçou Colantonio.

Outra iniciativa destacada foi a participação de representantes da entidade na Feira de Negócios do Corretor de Seguros, promovida pela Escola de Negócios e Seguros (ENS), que foi uma oportunidade para os novos corretores terem mais informações sobre as oportunidades de negócios com as assessorias de seguros.

Ele também agradeceu a colaboração da diretoria da entidade para a realização de todos os projetos nos últimos quatro anos.



Marcos Colantonio, presidente da Aconseg-SP



Helio Opipari Junior, presidente eleito para o próximo biênio

Nova diretoria

O evento da Aconseg-SP também contou com a apresentação da diretoria eleita para comandar a entidade no biênio 2020/2021, que terá Helio Opipari Junior como presidente, a partir de janeiro. Durante o evento, ele comentou sobre a colaboração da entidade para o reconhecimento das assessorias pelo mercado.

“Foram muitos os executivos que passaram pela presidência da Aconseg-SP, desde sua fundação, em 2003. O primeiro foi Osmar Bertacini, um dos fundadores da entidade, que nos deixou no início deste ano. Cada um deles, com sua experiência profissional e visão de mercado, colaborou de maneira extremamente relevante para o crescimento e fortalecimento das assessorias”.

Opipari complementou que a Aconseg-SP possui um importante papel ao orientar as assessorias, construindo um ambiente colaborativo, ético e de boa convivência. “A Aconseg-SP tem evoluído e colaborado para a solidificação das assessorias de seguros no estado de São Paulo, disseminando seus propósitos, objetivos e, principalmente, sua proposta de valor junto aos corretores e seguradoras”.

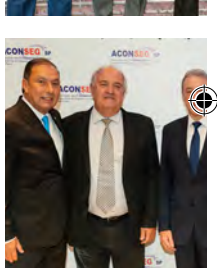
Ele também ressaltou os desafios de sua diretoria no próximo biênio. “Temos como missão realizar treinamentos, não somente para os corretores de seguros, mas também para comerciais e técnicos das assessorias, além de intensificar a nossa campanha ‘Diga Sim para o Seguro de Vida’. Devemos

assumir cada vez mais o protagonismo junto a esse profissional, uma vez que a nossa proximidade e relação de confiança proporcionam uma compreensão melhor sobre suas demandas, anseios e necessidades”.

Durante o evento da Aconseg-SP houve também homenagens prestadas pela SulAmérica, Tokio Marine, Sampo Seguros, Bradesco Seguros, Ituran e Excelsior Seguros para a Aconseg-SP.



Diretoria eleita para biênio 2020/2021







Representantes da Aconseg-SP e da SulAmérica

Executivos da SulAmérica participam de evento da Aconseg-SP

A importância das assessorias e o futuro da operação da companhia foram os assuntos em alta

O almoço da Aconseg-SP de outubro ficou marcado pela presença dos executivos da SulAmérica, que comentaram sobre a importância das assessorias para o crescimento da companhia e a aquisição das operações de auto e massificados da seguradora pela Allianz Seguros.

O presidente da SulAmérica, Gabriel Portella, enfatizou a importância das assessorias para a companhia e o mercado. "A história da SulAmérica e das assessorias é complementar. Ficamos felizes em poder fazer parte desta história, da realidade e da importância das assessorias no Brasil. Tenho certeza que as novas assessorias se juntam em uma associação que contribui muito para o mercado".

Sobre as mudanças no mercado, Gabriel Portella se diz otimista, pois acredita que o mercado de seguros é um setor de oportunidades. Portella diz que é preciso se preparar para o que virá, e ressaltou que a Aconseg-SP auxilia as assessorias e os corretores parceiros com esse desafio. "As assessorias têm um valor enorme, não somente para a SulAmérica, mas para os nove mil corretores de seguros (parceiros da seguradora atendidos por assessorias), pois contribuem para o crescimento destes profissionais".

André Lauzana, vice-presidente comercial e de marketing da SulAmérica, deu des-

taque a diversas iniciativas da Aconseg-SP, principalmente em relação à tecnologia. "Há uma pesquisa que indica que mais de 50% são de micro e pequenas corretoras, que na média, são formadas pelo dono e, no máximo, mais quatro funcionários. Destes, 85% enxergam a tecnologia como alavanca para crescimento. Quando começamos a ver ações que abarcam esses corretores, para discutir e a desmistificar o que era pavor há quatro anos, vemos o papel da associação. Vocês fazem parte da história da transformação do mercado de seguros".

SulAmérica e Allianz Seguros

Segundo Gabriel Portella, a SulAmérica começa uma fase diferente com a negociação com a Allianz Seguros. "O valor da carteira não está no número de veículos, mas no modelo de negócios desenvolvido pela SulAmérica. Vamos montar uma companhia isolada, funcionando do mesmo jeito que hoje. Essa é a forma de mostrar que atuamos com a melhor estratégia no mercado".

O presidente da companhia diz que

ao final da transação, haverá um novo modelo de negócios da SulAmérica implantado. "Que ficará mais concentrada em vida, saúde, odontologia, previdência e investimentos, ou seja, teremos uma sinergia com riscos pessoais. O corretor não precisa se cadastrar na Allianz para continuar trabalhando com a SulAmérica", esclarece.

Iniciativas da Aconseg-SP

Marcos Colantonio, presidente da entidade, ressaltou a chegada de novas assessorias associadas e o trabalho realizado pela atual diretoria da Aconseg-SP, que finaliza seu mandato em 2019. "Hoje temos a presença de cinco assessorias novas que trabalham com a SulAmérica e agora somamos 33 assessorias na Aconseg-SP. Nós começamos em 2015 com 22 e realizamos um grande trabalho até aqui, somando mais 11 assessorias, o que torna mais assertivo e significativo os números de São Paulo".

O vice-presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, também ressaltou o número de associadas. "Houve um crescimento de 50% em número de associadas. A produção deve passar de R\$ 1,9 bilhão neste ano".



Gabriel Portella, Marcos Colantonio e André Lauzana

Boas oportunidades com a comercialização de seguro popular

Modalidade é atrativa ao consumidor e representa bons negócios aos parceiros das assessorias

O seguro de auto popular é uma modalidade interessante para comercialização via corretores parceiros das assessorias de seguros. Um dos atrativos desse produto é que o prêmio pode ser até 30% inferior ao de um seguro convencional, o que é benéfico para o argumento de vendas e devido o momento econômico do país, por exemplo.

Marcelo Goldman, diretor executivo de produtos massificados da Tokio Marine, comenta que as assessorias e seguradoras têm como desafio incentivar a diversificação do portfólio dos corretores parceiros e o seguro de auto popular é uma boa alternativa para essa estratégia. “O Auto Popular é uma solução desenvolvida pela Tokio Marine para ajudá-las nesta tarefa. Para se ter uma ideia, lançamos este serviço há apenas dois anos e identificamos que 70% das vendas foram de seguros novos, ou seja, clientes que antes não haviam tido a oportunidade de adquirir um seguro para os seus veículos”, observa.

De acordo com ele, para facilitar a rotina dos profissionais, a seguradora incluiu o Auto Popular nas ferramentas de multicálculo para corretores e assessorias.

Diferenciais para comercialização

Entre os benefícios do produto, o executivo lembra que o auto popular pode



Marcelo Goldman, diretor executivo de produtos massificados da Tokio Marine

ser até 30% mais barato que os seguros tradicionais, o que simboliza também uma oportunidade para promover a cultura do seguro para uma parcela da população que, até então, não considerava contratar esse tipo de proteção. “O valor da Indenização Integral chega a 90% da Tabela FIPE, montante suficiente para compra de um carro nas mesmas condições. Além disso, conta com toda a expertise da Tokio Marine, que é a quarta maior seguradora de automóveis do País”.

O produto da Tokio Marine é voltado para veículos de passeio, utilitários de carga e caminhões de zero a 25 anos de fabricação, e inclui cobertura para colisão e incêndio, danos totais ou parciais, e assistência 24 horas completa.

“Um grande diferencial é que os clientes podem, no momento do sinistro, escolher entre oficinas livres ou referenciadas, estas com franquias menores. Além da cobertura abrangente, oferecemos ainda danos a terceiros, acidentes pessoais de passageiros, opções de carro reserva e serviços de vidros, entre outros benefícios”, explica Marcelo Goldman.

Outros diferenciais, de acordo com o executivo, são a abrangência do produto em território nacional e a possibilidade de reparos com peças novas compatíveis. “Optamos desde o início em não trabalhar com peças usadas, eliminando completamente riscos envolvidos nesse tipo de operação, mas ainda assim, viabilizando um preço significativamente mais competitivo. Para o caso de inexistência de uma peça nova compatível, o conserto será feito com a mesma peça utilizada no seguro tradicional, assim como é feito com os itens de segurança”, esclarece Goldman, que complementa que os prêmios podem ser pagos em até 12 vezes sem juros.

Opção atrativa

A Bradesco Seguros tem investido em diversas iniciativas no segmento de

automóvel, a exemplo do Seguro Auto Light, que tem os moldes semelhantes aos de um seguro de auto popular. O produto pode ser considerado como um seguro de entrada ou para aqueles clientes que encontram dificuldades para renovação de suas apólices.

Conforme o diretor da Bradesco Auto/RE, Ney Dias, o Auto Light conta com coberturas como colisão e RCF, mas se destaca por conta de seus valores inferiores aos de um seguro convencional, ou seja, cerca de 30% mais barato.

O segurado também tem até 30% de desconto na franquia das oficinas referenciadas indicadas pelo Centro Automotivo Bradesco Auto Center (BAC) e a possibilidade de parcelamento da apólice em até 10x sem juros.

Alguns dos atrativos do Auto Light são serviços como assistência 24 horas, carro reserva para sete dias, Reparo Rápido e Super Martelinho, e guinchos para terceiros, direcionados a pessoas físicas e jurídicas. Outro diferencial é que o seguro trabalha com um percentual entre 80% e 90% da tabela FIPE.

A Bradesco Auto/RE tem perspectivas positivas com a comercialização desse produto. “Acredito que temos o potencial de chegarmos a 400 mil itens, entre três e quatro anos”.



Ney Dias, diretor da Bradesco Auto/RE



Perspectivas para 2020

Prepare-se para abraçar as oportunidades e atente-se a um consumidor mais exigente



Um novo ano se aproxima, com muitas expectativas para o mercado de seguros e para os corretores parceiros das assessorias de seguros. “Nós temos observado uma preocupação crescente dos brasileiros em buscar uma proteção para suas famílias, empresas e bens. Porém, o mercado de seguros ainda é subpenetrado na sociedade, o que abre uma série de oportunidades para conquistar mais clientes e expandir a representatividade deste mercado”, afirma André Lauzana, vice-presidente Comercial e de Marketing da SulAmérica.

Segundo ele, “os consumidores estão cada vez mais empoderados e o corretor que entender os anseios desse consumidor terá vantagem para gerar negócios. Justamente por estarem empoderados, estes mesmos consumidores estão cada vez mais exigentes e imediatistas neste mundo cada vez mais conectado e acelerado. Portanto, é cada vez mais importante que tenhamos um olhar para a personalização de produtos em diferentes segmentos de atuação, de modo a atender as demandas específicas dos clientes”.

Para Wilson Lima, diretor comercial da Somp Seguros, o mercado de seguros vai continuar sua escalada de crescimento. “Até agosto de 2019, nosso setor alcançou um faturamento de R\$ 174,8 bilhões, aumento de 11,5% em comparação a igual período de 2018 e o melhor índice

alcançado para o período desde 2015. Com esse crescimento e com os índices da economia já mostrando uma retomada de fôlego, ainda que tímida, podemos esperar um ano de 2020 cheio de desafios, mas com muitas oportunidades”.

Superintendente Comercial Varejo SP Capital da Tokio Marine, George Dutra comenta sobre as mudanças com a tecnologia. “Assim como em outras indústrias, é inegável que já estamos sentindo os efeitos das rápidas transformações provocadas pelas novas tecnologias no mercado. Existem novas necessidades de proteção e atendimento. Nós, seguradores, junto aos corretores e assessorias, precisamos ficar atentos ao enorme leque de oportunidades que surgem a partir destas mudanças”.

Diante disso, ele acredita que as maiores tendências para o setor de seguros nos próximos anos serão a facilitação no processo de contratação, com mais agilidade e menos burocracia, a prevenção a fraudes em tempo real e a regulação inteligente de sinistro. “Precisamos estar ativos e conscientes de que o cliente está mais exigente e conectado, ávido por soluções inovadoras, que atendam às necessidades que esse novo momento cria”, destaca.

O Diretor da Organização de Vendas do Grupo Bradesco Seguros, Leonardo Freitas, analisa que o setor precisa se adaptar aos novos tempos. “O mercado



André Lauzana, vice-presidente Comercial e de Marketing da SulAmérica

de seguros registrou crescimento significativo nos últimos anos, em termos de participação no PIB, incorporando novos segmentos, produtos, tipos e valores de coberturas e canais de comercialização. O setor evoluiu, mas não se adaptou aos novos tempos com a mes-



George Dutra, superintendente Comercial Varejo SP Capital da Tokio Marine

ma velocidade de outros segmentos, como o mercado financeiro. Hoje, diante da multiplicidade de opções, quem determina como e quando deseja ser atendido é o consumidor”.

E nessa linha ele prevê uma nova onda para o setor. “O consumidor tem manifestado de forma crescente sua preferência por ofertas combinadas, os chamados combos, e chegarão de maneira natural aos ‘bundles’, combinação de vários produtos que oferece vantagens progressivas em função da quantidade da contratação de pacotes. É o início de uma grande onda que levará as empresas a evoluírem rapidamente”.

No segmento de saúde, Fabio Almeida, diretor de vendas e pós-vendas da Amil, afirma que a tendência do mercado é investir em produtos sustentáveis e que ampliem cada vez mais o acesso à saúde investindo em iniciativas inovadoras, que busquem uma melhor assistência aliada à otimização de custos.

“No caso da Amil, temos como bandeira atual o cuidado certo e todas as nossas ofertas estão baseadas nesse conceito. Nossas soluções englobam iniciativas de gestão de saúde, cuidado remoto e atenção primária, por exemplo, combinação que resulta em um cuidado mais integrado e que contribui para que o sistema de saúde funcione melhor para todos”.

Oportunidades

Nas palavras de André Lauzana, o cenário para 2020 apresenta muitas oportunidades para que o corretor conquiste novos clientes. “Visto que, em média, apenas cerca de 10% da população brasileira contam com algum tipo de seguro. O corretor parceiro de assessoria tem grandes oportunidades em todas as carteiras para potencializar seus ganhos e contribuir para a segurança e tranquilidade de ainda mais pessoas”.

Para isso, ele destaca que o relacionamento do corretor com o cliente é um pilar que faz a diferença nesse processo. “Sobretudo com o avanço da tecnologia e ferramentas digitais, que auxiliam o corretor, mas nunca devem substituir o relacionamento humanizado, o olho no olho”.

Sobre os produtos que tendem a ter mais procura, Wilson Lima especifica que o segmento de Automóvel tem uma ampla concorrência, que já é histórica. “As seguradoras têm buscado oferecer soluções que possam atender aos segmentos de público que procuram atender. Já o ramo Vida tem se mostrado uma excelente alternativa, so-

bretudo para aqueles corretores que sempre se concentraram em um único ramo. Além disso, percebemos uma tendência de crescimento na demanda nos ramos Empresarial e Saúde”.

Fabio Almeida comenta que a escolha por produtos depende de diversos fatores, como a região geográfica dos beneficiários, o porte da empresa e o tipo de contratação, por exemplo. “Na Amil, tem crescido a procura por produtos com coparticipação, que podem deixar a mensalidade até 25% mais barata. Mas mantemos um portfólio diversificado, que contempla todos os públicos e necessidades”.

Leonardo Freitas comenta sobre algumas linhas: “O mercado tem desenvolvido diversos tipos de benefícios e estamos investindo constantemente no desenvolvimento de produtos personalizáveis e com benefícios que o segurado possa usufruir em vida. O plano de saúde, por exemplo, é um benefício que sempre foi altamente valorizado, tanto pelos trabalhadores quanto pelos empregadores. Apesar da alta valorização, o mercado tem desenvolvido produtos variados”.

Ele menciona também o seguro de Vida. “Ainda é muito comum associar o benefício apenas para casos de morte, o que é uma visão ultrapassada e que está distante da realidade do mercado. Existem produtos acessíveis com diversos benefícios para serem desfrutados também em vida”.

E o seguro Odontológico. “Percebemos cada vez mais oportunidades para a oferta de pessoa física. Esse momento positivo para o seguro odontológico se reflete devido o avanço do segmento e a divulgação de ações que enfatizam a importância da atenção primária com a saúde bucal”.

George Dutra diz que há uma tendência de aumento na demanda por seguros para ataques cibernéticos e outro segmento que deve continuar crescendo é o de seguros de Pessoas, tanto individual quanto coletivo. “Os corretores têm o desafio de identificar novos nichos de mercado e contribuir com as seguradoras para aumentar a participação do seguro na economia nacional”.

Para finalizar, o executivo da Tokio Marine comenta que “o nosso papel é o de continuar oferecendo soluções inovadoras e um portfólio cada vez mais variado de produtos. Nossa atuação em 2020 continuará focada na identificação de novos nichos de mercado e no desenvolvimento de produtos que possam atender às necessidades dos mais diversos perfis de públicos”.



Wilson Lima, diretor
Comercial da Sampo Seguros



Leonardo Pereira de Freitas, diretor da
Organização de Vendas da Bradesco Seguros



Fabio Almeida, diretor de
vendas e pós-vendas da Amil



Sompo Seguros expande internalização do serviço de Assistência 24 Horas para seguros Residencial, Condomínio, Empresarial e Vida



A Sompo Seguros acaba de expandir o processo de internalização da gestão do serviço de Assistência 24 Horas. Depois dos bons resultados alcançados no ramo Automóvel, agora os clientes dos ramos Residencial, Condomínio, Empresarial e Vida; passam a contar com um atendimento mais ágil, dinâmico e personalizado. Por meio da iniciativa, uma equipe dos parceiros responsáveis pelo serviço de Assistência

24 Horas nesses ramos vai trabalhar

com dedicação exclusiva aos clientes da Sompo Seguros.

“Esses profissionais ficam alocados em uma infraestrutura dentro da companhia e toda a gestão do serviço é compartilhada. Efetuamos a implementação em etapas para garantir uma transição adequada e para estabelecer uma estratégia que atendesse a dinâmica de atendimento em cada segmento”, afirma Adailton Dias, diretor executivo de Produtos, Resseguro e Sinistros da Sompo Seguros.

SulAmérica lança atendimento ao cliente via WhatsApp



Os corretores parceiros da SulAmérica



têm uma novidade para apresentar aos seus clientes, a operação de atendimento via WhatsApp. Com a adoção de inteligência artificial, o atendimento pelo aplicativo de mensagens será realizado por robôs cognitivos, que já são empregados pela SulAmérica em canais de

chat, aproveitando o conhecimento adquirido a partir de mais de um milhão de chamados no último ano.

Disponível 24 horas por dia, incluindo fins de semana e feriados, o serviço pode ser acionado pelo número (11) 3004-9723. “Em linha com a estratégia da SulAmérica, investimos em serviços inovadores para facilitar o dia a dia dos segurados e corretores, de modo que nossos parceiros possam gerar ainda mais negócios e oferecer a melhor experiência aos seus clientes”, comenta André Lauzana, vice-presidente Comercial e de Marketing da SulAmérica.

Tokio Marine prorroga campanha “Super Vendas Auto”



TOKIO MARINE
SEGURADORA



Com o objetivo de aumentar as oportunidades de negócios de seus Corretores e Assessorias, a Tokio Marine prorrogou a campanha “Super Vendas Auto”, um dos destaques da Companhia no segundo semestre. A ação oferece ao Corretor um bônus a cada apólice emitida com a modalidade de pagamento Cartão de Crédito para utilização como desconto em outros negócios de Auto.

“Queremos facilitar a realização de vendas e a ampliação da base de clientes dos nossos Parceiros por meio de diferenciais da Tokio Marine. Entre eles, as opções de pagamento que facilitam a comercialização e nosso mix de produtos diversificado no ramo Auto”, afirma o Superintendente Comercial Varejo SP Capital, George Dutra.

Novas soluções de negócios para os corretores



Bradesco Seguros



O Brasil é um país de oportunidades para o seguro. Prova disso é o aumento da participação do mercado segurador no PIB, que saltou de 2% no início dos anos 2000 para mais de 6,5% em 2019. Diante desse cenário, o principal objetivo do Grupo Bradesco Seguros é disseminar ainda mais a cultura do seguro no país, reforçando sua presença na rotina das famílias brasileiras.

O acesso às novas tecnologias incorporadas ao *smartphone* criou uma geração de consumidores mais voláteis, informados e exigentes. Com isso, a revolução digital deu a esse cliente ainda mais poder sobre as relações com as empresas, produtos e experiências.

Para isso, o Grupo Bradesco Seguros conta com o UniverSeg, programa de gestão do conhecimento que tem como principal objetivo capacitar funcionários, corretores, além de parceiros comerciais para atuarem em um mercado cada vez mais competitivo e que exige constante agilidade e renovação na busca de melhores resultados, com diversas ações e iniciativas focadas no desenvolvimento técnico e pessoal desses profissionais.

“Com o objetivo de acompanhar as atualizações e tendências do mercado, o Universeg está sempre disposto a ajustar seus métodos e a reinventar sua atuação”, afirma Juliano Marcilio, diretor de Recursos Humanos do Grupo Bradesco Seguros.

FELIZ 2020!

A ACONSEG—SP E
ASSESSORIAS ASSOCIADAS
DESEJAM AOS CORRETORES
DE SEGUROS UM 2020
PRÓSPERO, REPLETO DE
SUCESSO, BONS NEGÓCIOS,
SAÚDE, PAZ E ALEGRIA

FELIZ NATAL E UM EXCELENTE ANO NOVO!

ACONSEG SP
Associação das Empresas de Assessoria e
Consultoria de Seguros do Estado de
São Paulo

ASSESSORIA
ACTIVE

Alliance
Assessoria de Seguros Ltda.

Ação imediata
Assessoria em seguros



Continental

Coposul
ASSESSORIA

FUTURAUNIÃO
CONSULTORIA DE SEGUROS

f.luvisi
Assessoria de Corretor

FONSEG
ASSESSORIA

Friends City
Assessoria de Seguros

Genebra

HUMANA
SEGUROS

INTERCOR
ASSESSORIA EM SEGUROS

Labour
SEGUROS

Lexus
ASSESSORIA DE SEGUROS

Marchan Assessoria de Seguros
Nossa meta é o seu sucesso!

Maxfort
Assessoria

ASSESSORIA DE SEGUROS
MAXIMO360

MONTENEGRO
SEGUROS

NBA
ASSESSORIA EM SEGUROS

Novo Milênio
ASSESSORIA DE SEGUROS

OPIPARI
ASSESSORIA EM SEGUROS

Personal Prev
Assessoria de Planos Previdenciários

PrestSeg
Assessoria a Seguros Ltda



RENASEG

Rizk & Almeida
Assessoria em Seguros

R&S
ASSESSORIA SEGUROS
DESDE 1999

SANZ
ASSESSORIA

Som.US

VALOR-ACAO
www.valoracaoseguros.com.br

VERITAS
seguros

Dicas de Sustentabilidade para um mundo mais SEGURO
Um vilão chamado plástico

No Estado de São Paulo, desde julho deste ano, estão proibidos os canudos de plástico em hotéis, restaurantes, bares, padarias e clubes noturnos, entre outros tipos de estabelecimentos comerciais. O Rio de Janeiro foi pioneiro e, posteriormente, outras cidades do país também adotaram a proibição. A medida se justifica. Normalmente produzidos com materiais não biodegradáveis, como o polipropileno ou poliestireno, os canudinhos de plástico demoram até 200 anos para se decompor. Outros produtos de plástico também podem e devem ser substituídos, como os copos que levam de 200 a 450 anos para se decomporem, e os sacos e sacolas plásticas.

Suhai no Salão Duas Rodas



Representantes da Aconseg-SP visitaram o stand da Suhai no evento Salão Duas Rodas, que aconteceu em novembro, em São Paulo.

Encontro com entidades do mercado



Alexandre Camillo, presidente do Sincor-SP, e Ricardo Montenegro

O vice-presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, participou do Encontro das Entidades do Mercado de Seguros, promovido pelo Sincor-SP, em dezembro.

Aconseg-SP pelo Mercado

Amil

A Amil lançou nova grade de produtos e reposicionamento da marca ao mercado. Helio Opipari Jr., presidente do conselho da Aconseg-SP, representou a entidade no evento.



Helio Opipari Jr. e representantes da Amil

Feira de Negócios do Corretor de Seguros



Membros da Aconseg-SP em evento da ENS

O presidente da Aconseg-SP, Marcos Colantonio, e representantes da entidade participaram da Feira de Negócios do Corretor de Seguros, promovida pela Escola de Negócios e Seguros (ENS), para mais de 200 participantes.

Os membros da Aconseg-SP apresentaram aos corretores de seguros informações sobre o trabalho das assessorias de seguros e como este canal pode auxiliar os negócios dos profissionais do mercado.

Congresso Brasileiro de Corretores

Associados da Aconseg-SP participaram do 21º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros e 5º Congresso Brasileiro de Saúde Suplementar, promovidos pela FenaCOR, em outubro, na Costa do Sauípe, na Bahia.



Associados da Aconseg-SP no congresso

Comemoração de Natal da SulAmérica



Representantes da Aconseg-SP participaram da cerimônia inaugural do espetáculo de luzes e músicas promovido pela SulAmérica em comemoração ao Natal. A fachada e os arredores da sede da companhia ficarão enfeitados até janeiro e a iniciativa também conta com shows de música, que acontecerão até o dia 21 de dezembro.

EXPEDIENTE

A **Revista da Aconseg-SP** é uma publicação da Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Estado de São Paulo - São Paulo - SP
Telefone/Fax: (11) 3451-4897

Contato publicidade: revista@aconsegsp.com.br | Site: www.aconsegsp.com.br

Comissão Editorial: Marcos Colantonio, Ricardo Montenegro, Roberto Benedito de Oliveira, Milton Ferreira, Jairo Henrique Christ e Helio Opipari Junior.

Conteúdo Editorial, Projeto Gráfico e Diagramação: Editora Cobertura
Rua Conselheiro Crispiniano, 53, 12º andar, cj. 121

CEP: 01037-001 - São Paulo - SP - Tel.: (11) 3151-5444 / 3151-3629

e-mail: aconsegsp@skweb.com.br

Tiragem: 7 mil exemplares - Periodicidade: Trimestral - Distribuição gratuita

O conteúdo de artigos e matérias assinados são de responsabilidade exclusiva de seus autores.

TOKIO MARINE
SEGURADORA

🏠 tokiomarine.com.br
🏢 Tokio Marine Seguradora S/A
📱 /TokioMarineSeguradora

TOKIO MARINE RESIDENCIAL

CORRETOR, OFERECER TRANQUILIDADE

para seus Clientes
viverem grandes
histórias começa
com você.



Flexibilidade na indenização:
opção do valor do imóvel
novo ou com depreciação.



Parcelamento em até
12x sem juros no cartão
de crédito.



Sorteios de R\$ 10 mil/mês
(se um Cliente é premiado,
você ganha também).



Assistência Residencial 24h
em todo o território nacional.

Quer saber mais?
Fale com o seu
Gerente Comercial.

Corretor, Resolver
começa com você.

Uma Seguradora
completa pra
você ir mais longe.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

Este Seguro é garantido pela Tokio Marine Seguradora S/A – CNPJ 33.164.021/0001-00 – Código SUSEP nº 06190. Tokio Marine Residencial Premiado Processo SUSEP nº 15414.100910/2004-39. Responsabilidade Civil Complementar Processo SUSEP nº 15414.901365/2013-91. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Consulte as Condições Gerais do produto ou serviço disponíveis em www.tokiomarine.com.br.

TÁ COM MÉDICO NA TELA TÁ COM TUDO

Cliente SulAmérica Saúde pode falar por vídeo com um pediatra pelo App.*

- Perfeito para tirar as dúvidas do dia a dia
- Atendimento onde o cliente estiver
- Mais uma inovação SulAmérica

Ofereça
SulAmérica
para os seus
clientes.

ACESSE: SULAMERICATACOMTUDO.COM.BR

ANS - Nº 006246

ANS - Nº 416428

Consulte as regras do serviço, planos elegíveis e quando usar o Médico na Tela em www.sulamericasaudeativa.com.br > Serviços > Médico na Tela ou consulte seu corretor ou consultor. O Médico na Tela não é uma obrigatoriedade contratual e a SulAmérica Saúde obedece à legislação que regulamenta os seguros e às condições contratuais, que devem ser lidas previamente à sua contratação. *O atendimento poderá ser realizado aos beneficiários de até 12 anos, limitado a dois atendimentos por ano-calendário, mediante aceitação das regras do serviço no aplicativo SulAmérica. Este anúncio contém informações resumidas que poderão sofrer alteração sem aviso prévio. Os benefícios aqui descritos poderão sofrer alterações ou serem descontinuados, a exclusivo critério da SulAmérica. Para mais informações, consulte o seu corretor, consultor ou acesse sulamerica.com.br. Razão Social: Sul América Companhia de Seguro Saúde - CNPJ: 01.685.053/0013-90. Sul América Serviços de Saúde S.A. - CNPJ: 02.866.602/0001-51. SAC: 0800-722-0504. Ouvidoria: 0800-725-3374 - Horário de atendimento: das 8h30 às 17h30 (tenha em mãos o protocolo de atendimento).

SulAmérica
Saúde