

# REVISTA DA **ACONSEG** SP

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

## O que esperar de 2021?

Pandemia estimula novos hábitos e abre um novo ciclo para o setor de seguros

## Entrevista

Simone Cristina Fávoro Martins, 2ª vice-presidente do Sincor-SP, fala sobre o avanço das corretoras no mercado

## Tokio Marine foca no atendimento humanizado

Com empatia e compreensão das situações vivenciadas pelos corretores, assessorias e segurados, companhia se consagra como provedora de soluções

Valmir Rodrigues, diretor Executivo Comercial da Tokio Marine





---

# A VIDA CONTINUA CHEIA DE MOTIVOS PARA SEGUIR EM FRENTE.

---

CNPJ: 33.055.146/0001-93

AmapBDDO

Por isso, agora e sempre, seus Clientes podem contar com a Bradesco Seguros em todas as fases da vida.

Ofereça Bradesco Seguros para seus Clientes e faça bons negócios. Saiba mais em: [bradescoseguros.com.br](http://bradescoseguros.com.br)

**Bradesco Seguros. Com Você. Sempre.**

SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966

SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 2708

Ouvidoria: 0800 701 7000



**bradesco**  
seguros



## Diretoria-Executiva

### Presidente

Helio Opipari Junior

### Vice-Presidente

Jairo Christ

### Diretor Financeiro

Ricardo Montenegro

### Diretor Administrativo

Leandro Henrique

### Diretor Interior

Alberto Novais

### Presidente Conselho

Marcos Colantonio

## Empresas Associadas

**AC Brasil** | Antonio Carlos Brasil | (19) 3295-5790 | brasil@acbrasil.com.br

**Ação Imediata** | Abediel Pereira | www.acaoimediate.com.br |

abediel@acaoimediate.com.br | (11) 4742-9900

**Active** | Roberto Benedetto | www.comlactive.com.br |

roberto@comlactive.com.br | (11) 3293-0777 - (11) 99314-4825

**C4** | Armando Semegnini | www.c4online.com.br |

armando@c4online.com.br | (11) 5535-1063

**C6 Seg** | Augusto Brum | augusto.brum@c6bank.com | (11) 37206-8893

**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 |

angellamaria@ | (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 Fonseg \ 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@bргenebra.com | (11) 3106-6961

**Hits** | Mônica Dargevitch | monica@hitassessoria.com.br | (11) 4428-1480

**Humana** | Rodrigo Bertacini | www.humanaseguros.com.br |

diretoria@humanaseguros.com.br | (11) 3334-8618

**Intercor** | José Scalco | scalcojr@hotmail.com | (11) 4522-5303

**Labour** | Margaret 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

**Opipari** | Helio Opipari Jr. | www.opipari.com.br |

helio@opipari.com.br | (11) 99183-8433

**Personal Prev** | Milton Ferreira | www.corretortokio.com.br |

contato@corretortokio.com.br | (11) 99221-7174

**Prestopower** | Arsenio Leis | www.prestopower.com.br |

prestopower@prestopower.com.br | (11) 99191-1662

**Ragaz** | Leonardo Sardinha | leonardo.sardinha@ragaz.com.br | (11) 3981-2776

**Renaseg** | Alberto Novais | www.renaseg.com | diretorio@renaseg.com |

(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** | Maria Guadalupe | www.sanzassessoria.com.br |

guadalupe@sanzassessoria.com.br | (19) 3255-6702

**Valor-ação** | Jorge Teixeira | www.valoracaoseguros.com.br |

jorget.barbosa@gamil.com | (11) 9 9914-5366

**Veritas** | Fabio Sardagna | www.veritasseguros.com.br |

fabio@veritasseguros.com.br | (11) 9 9300-3429

**Vitoria** | Andrea Troncoso |

andrea@vitoriaassessoria.com.br | 19-32555014 / 19-992104819

# Juntos pela proteção

**E**mpatia, compreensão, parceria, inovação, conhecimento e soluções seguem como uma bússola para os negócios – e por que não para a vida?! - em 2021. Enquanto todos clamam pela vacinação e erradicação da pandemia causada pela covid-19, o mercado de seguros continua como provedor de soluções, e muitas vezes de esperança.

Quando olhamos para 2020 vimos um ano difícil e projetamos 2021 como um ano desafiador. Por isso, na primeira edição do ano da Revista da Aconseg-SP trouxemos uma matéria sobre o que o corretor pode esperar de 2021. É notório que o corretor é a força motriz do mercado e é interessante observar como, apesar das adversidades causadas pela pandemia, conseguimos manter as nossas atividades.

Segundo os executivos das companhias parceiras, a pandemia tem estimulado novos hábitos e abre um novo ciclo para o setor e a todas as linhas de produto.

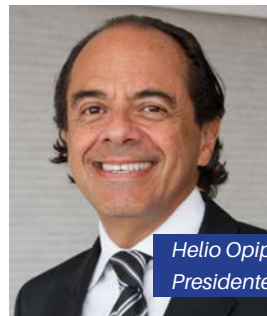
É importante destacar o avanço das mulheres no mercado de seguros, uma vez que as características femininas são diferenciais quando o assunto é proteção. Conversamos com Simone Fávoro, segunda vice-presidente do Sincor-SP. Empreendedora, ela se dedica à corretagem e já prepara o seu filho para sucedê-la.

Também apresentamos os cursos disponibilizados pelas companhias parceiras que auxiliam o corretor a se preparar para interagir com o cliente na nova realidade. O novo tempo é físico e virtual e nos traz novas opções de proteções como o Seguro para Riscos Cibernéticos. Se o número de ataques aumentou mais de 200% durante a pandemia, precisamos atuar fortemente neste nicho. Afinal, nossa presença se faz relevante em cada ponto onde há a possibilidade de atuação da proteção securitária.

Para melhor auxiliar as assessorias filiadas e automaticamente os corretores com os quais trabalham, iniciamos 2021 com a criação de duas áreas de gestão internas: Marketing e Tecnologia.

Participamos do 4º Encontro de Lideranças dos Corretores de Seguros de São Paulo realizado pela primeira vez de forma virtual e um marco da união e alinhamento para todos os atuantes do setor avançarem juntos na disseminação da proteção securitária. É um tempo de reflexão e precisamos acompanhar as revisões de estratégias dos nossos parceiros seguradores para juntos seguirmos adiante.

O mercado segue resiliente e firme no propósito de proteger pessoas. Nós também!



Helio Opipari Junior  
Presidente da Aconseg-SP



“Diga sim para o Seguro de Vida”



# Tokio Marine humaniza as relações

De dentro de casa, a companhia intensificou seus olhares para os corretores, assessorias e segurados com o objetivo de prover soluções

**D**esde o início da pandemia, em março de 2020, a Tokio Marine intensificou ainda mais o que sempre fez: o atendimento humanizado. “Primeiro, nós dedicamos muita atenção e cuidados para preservar a saúde de todos os nossos colaboradores. Com essa demonstração de amor ao nosso maior patrimônio, nossos colaboradores se dedicaram às nossas assessorias, corretores e segurados, diz o diretor Executivo Comercial, Valmir Marques Rodrigues.

Ele acrescenta: “em todos os contatos, demonstrávamos nossa disposição em ajudar, que poderiam contar com a Tokio Marine e que estávamos inteiramente à disposição para atendê-los. Nossas sucursais e todos os departamentos da matriz trabalharam incansavelmente para prover soluções, atendendo todas as necessidades que nos foram apresentadas”.

Rodrigues lembra que “ir trabalhar em casa” não foi uma ação planejada ou estruturada, foi uma situação totalmente inesperada e, até certo ponto, imposta pela pandemia declarada pela Organização Mundial de Saúde (OMS). “Essa experiência a nossa geração nunca havia enfrentado e a adaptação não foi nada simples. Se até para as grandes seguradoras essa situação inesperada apresentou desafios e investimentos, imagine para os pequenos corretores”.

Uma vez que, invariavelmente, eles não dispõem de estruturas tecnológicas adequadas. “Todos chegaram a imaginar que esse ecossistema poderia sucumbir. Então, as assessorias se apresentaram e conseguiram prestar todo suporte a esses corretores, demonstrando a capacidade do nosso setor em superar situações adversas e prestar atendimento aos nossos segurados”.

Rodrigues ressalta que o trabalho incansável e resiliente das assessorias em dar suporte e entender a necessidade de ensinar aos corretores a utilização dos sistemas das seguradoras e as melhores formas de abordagem aos segurados, foi determinante para os bons resultados de 2020.

## Apoio total

Do lado da Tokio Marine, o executivo conta que as equipes atenderam incontáveis pedidos de apoio das assessorias. “E a nossa orientação foi sempre a mesma, que esse atendimento/ensinamento fosse prestado com o maior respeito, carinho, atenção e amor. Afinal, nós não fomos simplesmente “trabalhar em casa”, nós também fomos forçados a um rígido isolamento”.

Nas reuniões internas, ele comenta que sempre houve uma grande preocupação com as questões psicológicas, “que o isolamento poderia nos causar e que talvez, ainda descobriremos sua exata extensão. Essa preocupação nos direcionou a um atendimento humanizado, com muita empatia e compreensão das situações vivenciadas pelos corretores, assessorias e segurados”.

## Sob medida

Para suprir toda essa demanda, não apenas de tecnologia, mas de produtos, coberturas e reagendamentos de pagamentos, “acreditamos que o brasileiro é trabalhador, honesto e preserva seu nome”, diz Rodrigues sobre os atendimentos aos sinistros e outras necessidades que surgiram. Para ele, a Tokio Marine e as assessorias estão realizando um grande trabalho a quatro mãos.

“Nosso compromisso com as assessorias sempre foi sustentado pela confiança e compromisso de longo prazo, com um forte investimento em tecnologia, treinamentos, qualidade de entrega, intensificação da distribuição de outros produtos, e pessoas focadas em desenvolver esse importante canal de distribuição”.

**“Todos chegaram a imaginar que esse ecossistema poderia sucumbir. Então, as assessorias se apresentaram e conseguiram prestar todo suporte a esses corretores, demonstrando a capacidade do nosso setor em superar situações adversas e prestar atendimento aos nossos segurados”**



Segundo ele, a Tokio Marine é pioneira em investir em uma sucursal dedicada exclusiva ao atendimento das assessorias. “Isso possibilita o perfeito entendimento das necessidades específicas e, assim, provê soluções sob medida às suas equipes”.

### Resultados

Todo esse planejamento e execução conduziu a Tokio Marine a resultados excepcionais em 2020. “Tanto do ponto de vista da produção, com crescimento de dois dígitos, quanto do melhor resultado obtido nos 61 anos da nossa trajetória no Brasil. Não temos dúvidas que nosso compromisso em atender, ser útil, ouvir, compreender e prover soluções foram determinantes para obtenção desses resultados”.

Resultado principalmente atribuído às pessoas. “Investir em pessoas, ter uma equipe muito treinada, bem remunerada e super comprometida, é um diferencial competitivo extraordinário. O nosso presidente (José Adalberto) Ferrara é empreendedor, conhecedor profundo de todos os nossos processos e coloca em prática tudo o que verbaliza”.

Tanto que ele recorda-se que, em 2014, no início daquela grande crise econômica, assumiu o compromisso de não demitir nenhum colaborador. “Desde então, a relação entre líder e liderados se fortaleceu e nunca mais se abalou. Com isso, nós temos um dos menores turnover do mercado e sabemos que isso é sinônimo de qualidade e consequente redução de DA (Despesa Administrativa).

No início da pandemia, Ferrara aderiu ao Movimento Não Demita. “E continua com esse firme propósito de continuar gerando empregos. Nossos colaboradores confiam na liderança e trabalham determinados em busca da qualidade de entrega. São essas atitudes de compromissos mútuos que entendemos que humanizam as relações”.

### Desafios de 2021

Infelizmente, diz Rodrigues, os efeitos da pandemia continuam nos impondo perdas de pessoas que tanto amamos e destruindo todos os projetos de recuperação da economia. “Essa dura realidade só aumenta a nossa determinação em continuar apoiando as assessorias, cor-

retores e segurados. Renovamos nosso compromisso de atender a todos, procurando cada vez mais entender os efeitos desse isolamento tão prolongado, colocando em nossos contatos compreensão, paciência, equilíbrio e empatia”.

Ele destaca que é preciso buscar oportunidades em meio a essa grande crise sanitária. “Nesse sentido, entendemos que o Seguro de Vida Individual seja muito importante”. A Tokio Marine também está treinando e orientando os corretores, e particularmente aqueles atendidos por assessorias, a ofertar o produto Vida Individual. “Nossas pesquisas apontam para uma grande procura desse produto no pós-pandemia. As vendas do seguro de Vida Individual, através das assessorias, já representam 30% da nossa carteira”.

E que também a grande expectativa é com a vacinação. “Acreditamos firmemente que a vacina poderá reestabelecer nossas vidas e assim, retomaremos a convivência tão importante e ne-

cessária com todos os nossos familiares, ao nosso relacionamento profissional e a tão desejada paz existencial”.

Para finalizar, Rodrigues deixa uma mensagem: “aqui na Tokio Marine, olhamos para vocês corretores muito além de um grande canal de distribuição, enxergamos principalmente o lado humano de cada um, nos preocupamos com o que estão pensando, sentindo seus medos e inseguranças. Queremos que tenham a absoluta certeza

de que estaremos sempre ao seu lado, comprometidos com a segurança plena do seu maior patrimônio, os segurados e que os dados deles confiados a nós sempre serão invioláveis e preservados. Lembrando que as assessorias constam na nossa “Missão, Visão e Valores”.



Valmir Marques Rodrigues  
Tokio Marine





# O que esperar de 2021?

A pandemia estimulou novos hábitos e abriu um novo ciclo para o setor de seguros e para todas as linhas de produtos



**A** pesar de todas as adversidades causadas pela pandemia em 2020, George Dutra, diretor comercial Regional SP Capital da Tokio Marine, conta que a companhia terminou o ano com o melhor resultado dos 61 anos de história no Brasil, tendo crescido 12,6% em prêmios emitidos em relação ao ano anterior.

No ramo de Massificados, destaque para o bom desempenho do Seguro de Vida Individual. Na carteira de Auto, um aumento de 11% em relação a 2019.

“Embora o setor de Automóveis tenha sido um dos mais atingidos pelas restrições decorrentes do isolamento social, a Tokio Marine manteve a estabilidade nos negócios e ultrapassou a marca de 2 milhões de veículos segurados em 2020, um aumento de 11% em relação a 2019. Isso nos coloca como a 3ª maior frota segurada do mercado nacional”. Já na carteira de Produtos Pessoa Jurídica, alcançou a marca de R\$ 2 bilhões, o resultado mais expressivo já alcançado pela companhia.

Diante do cenário de 2020, nas palavras de Leonardo de Freitas, diretor de Organização e Vendas da Bradesco Seguro, nota-se um novo ciclo para o setor e para todas as linhas de negócios. “Percebemos novas oportunidades para a oferta de produtos, como saúde, vida, previdência, bens patrimoniais e sobretudo o seguro residencial”. Tanto

que na Bradesco Seguros, o número de segurados, participantes em Previdência e clientes de Capitalização, aumentou 4,3%, alcançando 29,8 milhões.

No Vida, “os brasileiros passaram a dar mais importância à proteção pessoal e familiar”. Em saúde, “uma preocupação muito forte sobre seguro saúde, rede de atendimento e capacidade financeira para suportar os gastos com um tratamento particular”, especifica. Além da contratação do seguro residencial, reforçando ainda mais a concepção de proteção do imóvel.

## Mais desempenhos

Na SulAmérica, Luciano Lima, diretor comercial, informa que em 2020, os resultados foram muito consistentes, com crescimento nas receitas e resultado operacional, impulsionado pelo segmento de Saúde e Odonto. “A companhia terminou 2020 com 4,2 milhões de beneficiários e um bom incremento nas carteiras de planos coletivos de saúde, de 6,1%, ou mais 130 mil membros”. E adicionou mais de 90 mil beneficiários com a aquisição da Paraná Clínicas.

Em Previdência, as reservas atingiram R\$ 9,4 bilhões, 17,2% superiores em relação a dezembro de 2019. “Impulsionadas, principalmente, por um saldo positivo de portabilidade líquida de aproximadamente R\$ 700 milhões no ano”, acrescenta.

Diante de um ano marcado pela pandemia e com redução dos índices de emprego, conseqüentemente dos beneficiários de planos de saúde, a Amil fechou o ano com 3,4 milhões clientes de planos médicos e com 2,2 milhões de planos odontológicos.

“Para fazer frente a esses desafios, a Amil está oferecendo produtos e serviços com valores acessíveis e que atendem às necessidades dos beneficiários. A categoria PME tem apresentado uma participação importante nos números”, afirmou Carolina Lorenzatto, diretora Executiva de Growth e Produtos Amil.

Na Sompó Seguros, destaque para os produtos Sompó Agrícola Custeio e Sompó Agrícola Produtividade. “Em 2020, a carteira de Seguro Rural, que integra ambos os produtos, cresceu cerca de 250%”, especifica Fernando Grossi, diretor Executivo Comercial e de Marketing.

Outra carteira que se destacou foi a de Seguro Saúde. “Os dados estão em fechamento do período, mas essa carteira deve apresentar cerca de 7,5% de crescimento em 2020. Além disso, há outros segmentos em que a Sompó Seguros tem uma representatividade muito expressiva, como é o caso do seguro de Transportes, Automóvel e Vida”.

## Destaque em 2021

Para Freitas, um dos grandes desa-

rios para o crescimento exponencial do mercado de seguros é a consciência da população em torno do seguro, e sua importância em meio aos imprevistos. “Com o começo da pandemia, houve um redirecionamento na percepção dos brasileiros com relação a essa questão”. Nesse sentido, ele reforça os segmentos de saúde, vida, previdência, bens patrimoniais e o seguro residencial, como potenciais para este ano.

Com um amplo portfólio, com soluções de A a Z para empresas de todos os portes, no segundo semestre de 2020, a Amil fez lançamentos mensais de produtos alinhados à sua proposta de valor, o de promover o cuidado certo.

“O que significa dar acesso ao suporte de saúde mais adequado, pelo meio mais indicado, no local e na hora certa; conhecido como coordenação do cuidado. Esse modelo de produto, aliado à tendência de que o beneficiário seja

cada vez mais protagonista no cuidado da própria saúde, entrega um melhor custo-efetividade, podendo ganhar cada vez mais espaço”, afirma Carolina.

Nas palavras de Dutra, a pandemia estimulou novos hábitos e permitiu o surgimento de novos perfis de consumidores, com demandas cada vez mais segmentadas. “No ramo de automóveis, por exemplo, estamos atentos a um perfil de condutores que buscam alternativas ao transporte público. Esse comportamento deve aquecer o segmento de carros usados e motos”.

Segundo ele, já é possível observar uma retomada do ritmo de obras na construção civil. “O que abre espaço para os seguros de Riscos de Engenharia e Garantia. Outras boas opções de diversificação para a carteira dos corretores ao longo deste ano são os seguros Vida Individual, Safras, Garantia Judicial, Residencial, Empresarial e Riscos Digitais”.



George Dutra,  
Tokio Marine



Leonardo de Freitas,  
Bradesco Seguros



A moto abre caminhos para a sua vida. Por que fechar a porta para ela?

# Bem-vindo

O seguro para todos. Desde sempre.

**A Suhai é sinônimo de ampla aceitação.**



Quer ver? Não importa a marca, modelo ou ano. Aqui seu cliente sempre encontra proteção. Motoentregadores são bem vindos também. A Suhai é desde sempre a melhor opção.

 **Roubo e Furto**

 **Sem Burocracia**  
Agilidade na contratação.

 **Ampla Aceitação**

 **Cobertura opcional de Perda Total por colisão ou danos**

 **Assistência 24h**  
Serviço de chaveiro, troca de pneu, transporte domiciliar e guincho.

 **Comissões Especiais**

**Seja corretor parceiro da maior seguradora de motos do país.**

[suhaiseguradora.com](http://suhaiseguradora.com)

**SUHAI**  
SEGURADORA



Luciano Lima,  
SulAmérica



Carolina Lorenzatto,  
Amil



Fernando Grossi,  
Somp Seguros

**Percebemos novas oportunidades para a oferta de produtos, como saúde, vida, previdência, bens patrimoniais e sobretudo o seguro residencial”**

**Leonardo de Freitas,**  
Bradesco Seguros

Além da perspectiva positiva para o seguro agrícola, “dado as tendências de um cenário favorável para as safras, bem como as políticas dos órgãos de governo voltadas a incentivar a contratação dessa categoria de seguros”. Grossi acrescenta as oportunidades em carteiras com potencial de incremento. “Como é o caso dos ramos Automóvel, Vida e Ramos Elementares (Empresarial, Residencial e Condomínio)”.

Na SulAmérica, a aposta nesse momento é pelo seu produto regional, a família Direto SulAmérica. “O acesso à saúde está entre as maiores preocupações das famílias brasileiras e ter um plano de saúde foi o terceiro bem mais desejado por entrevistados em recente pesquisa do Ibope. O Direto SulAmérica é muito atrativo justamente por ser regional e personalizado, além de ter um preço bastante acessível, com a reconhecida qualidade SulAmérica”, diz Lima.

**Reforço das parcerias**

“O relacionamento com os corretores faz parte do centro das nossas estratégias. Estamos atuando em um conjunto de iniciativas que favorecem a atuação deles no mercado. Investiremos em novas parcerias, novas plataformas de relacionamento e no fortalecimento do canal corretor”, afirma Carolina.

“Continuaremos investindo no fortalecimento da parceria com nossos corretores e assessorias, atuando no mapeamento de oportunidades de negócios e em sua capacitação. Isso inclui um investimento ainda maior em diversificação de produtos e aprimoramento dos serviços”, conta Dutra.

“A Somp Seguros mantém hoje parceria com 69 assessorias de seguros no Brasil, das quais 36% estão no Estado de São Paulo. Esse é o momento em que corretores, assessorias e plataformas de seguros devem trabalhar de forma ainda mais próxima com os comerciais das seguradoras”, afirma Grossi.

“Vamos seguir mantendo nosso estreito relacionamento com os corretores de seguros. A SulAmérica não recuou nas campanhas de incentivo com a pandemia, pelo contrário: elas seguem a todo vapor. Nós sabemos da importância de estar ao lado de nossos parceiros de negócio, incentivando-os a fechar novos negócios mesmo em tempos adversos”, Lima.

“Para este ano, pretendemos continuar contribuindo para a melhora do mercado, tornando-o mais dinâmico e inovador. Seguiremos investindo para que nossos corretores, funcionários e parceiros se adaptem às novas rotinas de trabalho e às tendências de comportamento que surgirem, por meio da capacitação desse profissional”, Freitas.

**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, Alberto Novais, Leandro Henrique, Milton Ferreira, Jairo Henrique Christ e Helio Oipari Junior.

**Conteúdo Editorial, Projeto Gráfico e Diagramação:** Editora Cobertura  
Rua da União, 368 Bairro: Vila Mariana CEP: 04107-011 São Paulo - SP  
Comercial: (11) 94596-1434 Redação: (11) 99686-1382 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.





# Características femininas são diferenciais no setor de seguros

Em comemoração ao Dia da Mulher, Simone Cristina Fávoro Martins, 2ª vice-presidente do Sincor-SP e diretora da Facsi Corretora de Seguros, fala sobre o avanço das empreendedoras no setor

**A** corretora de seguros Simone Cristina Fávoro Martins, hoje 2ª vice-presidente do Sincor-SP e diretora da Facsi Corretora de Seguros (Jundiaí-SP), iniciou sua trajetória profissional há 30 anos como auxiliar de escritório na SulAmérica Seguros. Depois, foi promovida a Inspectora de Produção, quando passou a ter contato com os corretores e a observar essa atuação. Após sete anos de aprendizado e crescimento, tomou a decisão mais difícil e acertada de sua vida: abrir uma corretora de seguros.

“No início foi tudo muito difícil, desafios diários, falta de recursos financeiros e humanos, somente minha determinação e instinto empreendedor me levava adiante”, conta. Hoje sua empresa, a Facsi, tem mais de 30 colaboradores. “Vivo o momento de maior ansiedade e realização da minha carreira profissional: primeiramente com relação à minha sucessão, meu filho Guilherme acaba de se formar corretor de seguros e está fazendo estágio em todos os departamentos da corretora, segundo é a inauguração, daqui a dois meses, da nossa sede própria, um edifício de cinco andares, que trará maior conforto e segurança para minha equipe e, principalmente, para receber nossos segurados”.

Há três décadas, a participação das mulheres no mundo corporativo era bastante tímida e se resumia a cargos de menor relevância. “Com o passar dos anos, as mulheres começaram a acreditar que, através de muito preparo acadêmico, trabalho, determinação e até ousadia, poderiam assumir responsabilidades e disputar cargos de liderança”.

Segundo Simone, não foi fácil nem

rápido quebrar paradigmas de um mundo machista. “Tenho orgulho de fazer parte das mulheres que acreditaram em seu potencial e romperam essa etapa. Hoje já temos mulheres emponderadas como CEOs de seguradoras e à frente de corretoras. O livro *Mulheres no Seguro*, lançado no final do ano passado, do qual sou coautora, relata a trajetória de 30 mulheres que lutaram muito, superaram preconceitos e hoje são líderes de grande sucesso e com carreiras brilhantíssimas”.

Para ela, as mulheres sempre precisaram provar muito que tinham condições para assumir e desempenhar à altura posições de relevância, e outro fato que discriminava era conciliar a vida profissional com o período da gravidez. “Tem outro ponto que todas as mulheres evitam tocar que é o assédio. Essa prática odiosa impediu que muitas mulheres de valor pudessem encaminhar suas carreiras. Hoje as regras de compliance e governança nos protegem e estamos vencendo mais esse obstáculo”, revela. “Quanto às oportunidades, enxergo de forma muito prática: a mulher preparada e determinada está apta a disputar em nível de igualdade qualquer oportunidade de crescimento nas grandes corporações”, acredita.

Algumas características femininas são diferenciais no setor de seguros. “Entendo que as mulheres são detalhistas, mais cuidadosas e atenciosas. O amor, empatia e visão humanitária das mulheres fazem com que sua presença seja quase um requisito à frente dos RH’s das grandes empresas. Outro ponto relevante é a forte característica do poder de se

adaptar rapidamente às mudanças e realizarem multifunções”, aponta.

Como vice-presidente do Sincor-SP, Simone acompanha o aumento da participação das mulheres no mercado de corretagem. “A cada evento que realizamos ou participamos, a presença feminina cresce de forma exponencial. A presença de mulheres e homens dividindo responsabilidades na condução das empresas é de extrema importância, são estilos complementares, a mulher com sua sensibilidade e capacidade de ser detalhista e o homem com a praticidade e objetividade. A soma dessas características e valores certamente conduzirão a melhores resultados”, pondera.



Simone Cristina Fávoro Martins



## Cursos inovadores para o corretor no novo normal

**A** pesar de tantos desafios, a pandemia da covid-19 trouxe também inovação em todas as áreas. Para a qualificação do corretor de seguros surgiram cursos inovadores durante 2020 e alguns ainda virão em 2021, oferecidos pelas seguradoras e entidades do mercado. Confira alguns destaques:

### Bradesco

**Curso:** Live "Gestão Emocional"

**Carga horária:** 1h30, totalizando 12h

**Docente:** Edil Camaliente, CEO da consultoria Atingire.

**Quando:** período de 13 a 20/07/2020, com total de 8 turmas (uma por regional)

**Como participar:** O programa fica disponível na plataforma Livebs.

**Curso:** Live "Visão Empreendedora em momentos de Crise"

**Carga horária:** 1h30, totalizando 4h30

**Docente:** Palestrante e professor Rodrigo Maia

**Quando:** 11, 12 e 20/08/2020, às 16h

**Como participar:** O programa fica disponível na plataforma Livebs.

### Sompo

**Curso:** Live "Tendências do mercado de varejo no novo normal" (Transformação Digital e Indicadores do impacto da covid-19 no varejo brasileiro)

**Carga horária:** 1h30

**Docente:** David Morrell (PWC) e Carolina Rocco (CIELO)

**Quando:** 01/07/2020

**Como participar:** Por meio de inscrição e recebimento de link

**Curso:** Live "Saúde 360o Amarq - Soluções Inteligentes no cenário da pandemia"

**Carga horária:** 1h30

**Docente:** Dra. Ana Claudia (Dr. Produtos e Soluções Sharecare Brasil), Andrea Cunha (Diretora de RH), Edglei Monteiro (Diretor Comercial Saúde e Vida da Sompo Seguros), Mariana Marques (CEO Amarq Consultoria) e Mariana Spezia (mediadora)

**Quando:** 11/08/2020

**Como participar:** Inscrição e link para acesso ao evento

### SulAmérica

**Curso:** Profissional do novo mundo (pandemia exigiu uma espécie de reinvenção das pessoas e das organizações, saiba como se preparar)

**Carga horária:** 40 min

**Docente:** Sapiência grupo UOL Editech

**Quando:** Sob demanda. EAD, este curso faz parte da categoria Autodesenvolvimento da Prasaber.

**Como participar:** Para ter acesso, basta se cadastrar no site [prasabersulamerica.com.br](http://prasabersulamerica.com.br) ou baixar o app Atena disponível no Google Play e Apple Store.

**Curso:** Como se manter produtivo e gerir o tempo (dicas de como trabalhar de forma remota no contexto atual)

**Carga horária:** 35 min

**Docente:** Sapiência grupo UOL Editech com a Maria Augusta Orofino

**Quando:** Sob demanda. EAD, este curso faz parte da categoria Autodesenvolvimento da Prasaber.

**Como participar:** Para ter acesso, basta se cadastrar no site [prasabersulamerica.com.br](http://prasabersulamerica.com.br) ou baixar o app Atena disponível no Google Play e Apple Store.

### Parceria ENS e Sincor-SP

**Curso:** Seguro de Riscos Cibernéticos

**Carga horária:** 24 horas/ aulas

**Docente:** Equipe de professores da ENS

**Quando:** 12, 15 e 19/4, 2ªs e 5ªs feiras, das 19h às 21h15

**Como participar on-line ao vivo:**

<https://bit.ly/3dHsGcT>

Para concessão de 20% de desconto no valor da inscrição, associados do Sincor-SP podem utilizar o cupom

**SINCORSPCIBER**

**Curso:** Alavancando vendas do seguro de vida

**Carga horária:** 9 horas/ aula

**Docente:** André Rezende - Formado em Negócios Securitários, produz conteúdos no Youtube para o mercado segurador

**Quando:** 13/4 a 23/4/2021, 3ª e 6ªs feiras, das 19h às 21h15

**Como participar on-line ao vivo:**

<https://bit.ly/3dHsGcT>

Para concessão de 20% desconto no valor da inscrição, associados do Sincor-SP podem utilizar o cupom

**SINCORSPVIDA**

\*Para conhecer toda a grade de cursos disponível entre em contato com as companhias.





# Proteção de dados na internet

Número de ataques aumentou mais de 200% desde o início da pandemia; impulso tecnológico e LGPD expandem campo para o seguro de riscos cibernéticos

Com o distanciamento social imposto pela pandemia, muitos setores deram saltos tecnológicos, bem como houve exponencial aumento do comércio eletrônico. O seguro contra riscos cibernéticos se consolidou neste cenário e sua importância foi reforçada com o advento da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que pode levar muitas empresas a serem punidas com pesadas multas por uso inadequado das informações das pessoas.

Sendo um produto da linha de Responsabilidade Civil (RC), o seguro cyber cobre danos a terceiros decorrentes do vazamento e perda de dados, seja ele por causa externa ou interna, mas pode oferecer também coberturas para a própria empresa, como custos de restauração dos dados e contratação de especialistas do ramo. As coberturas não são apenas para dados digitais, mas também cobrem os dados físicos, como estoque de arquivos.

A superintendente de Produtos Financeiros da Tokio Marine, Carol Ayub, afirma que o perfil do cliente que busca esse tipo de produto é muito variado. Na Tokio Marine, por exemplo, foi desenvolvido o Tokio Marine Riscos Digitais com foco nas pequenas e médias empresas. Porém, este produto também pode ser contratado por companhias de maior porte, uma vez que toda empresa que armazena dados digitais está exposta a riscos. “Em nossa experiência, temos percebido o interesse desde pequenas empresas até Sociedades Anônimas, com exposição no mercado de capitais nacional e estrangeiro. Também há grande heterogeneidade na atividade das empresas: desde pequenos escritórios locais até grandes grupos financeiros e petroquímicos”, revela a executiva.

Hoje, o Brasil é um dos principais alvos de ataques cibernéticos no mundo e toda empresa que armazena informações no meio digital está exposta a riscos cada vez maiores. “Há, sem dúvida, um mercado amplo a ser protegido por este seguro, o que abre um novo leque de geração de negócios para qualquer corretor”, afirma. Para ela, o mais impor-

tante é que os corretores que se interessem em comercializar este tipo de produto estejam cada vez mais capacitados para esclarecer qualquer dúvida relacionada às especificidades do produto. “Cabe a nós, seguradoras, oferecermos essa capacitação e ferramentas que o auxiliem nessas vendas. Assim, podemos trabalhar juntos no desafio de fomentar a cultura da proteção neste segmento”, aponta Carol.

Para desmistificar que este é um ramo complexo e deslanchar, é extremamente importante que os corretores busquem aprender sobre o tema, a atuação dos hackers e a legislação em vigor, entre outros pontos. “Nada melhor do que a informação para desmistificar o que é complexo e transformar o conhecimento em oportunidades de negócios. Ninguém melhor do que o corretor, que desempenha o papel de consultor de proteção, para conscientizar os clientes sobre a necessidade de proteger os ativos digitais da empresa, bem como informações de terceiros e colaboradores”.

As oportunidades são as mais variadas possíveis. Os corretores devem demonstrar a importância da proteção de dados à sua carteira de clientes, bem como apresentar uma série de coberturas sobre os novos riscos cibernéticos que vão surgindo, principalmente diante das exigências da LGPD. “É fundamental que as empresas estejam preparadas e contem com uma proteção caso seu banco de dados seja invadido, pois um ataque cibernético pode abalar a confiança do consumidor e colocar à prova a reputação das marcas. Sem dúvida, a segurança da empresa é uma das grandes vantagens da contratação desse tipo de produto”, analisa.

O número de ataques hacker aumentou mais de 200% desde o início da pandemia e com a LGPD em vigor os clientes estão ainda mais preocupados. A cotação é feita através de um questionário junto às seguradoras que atuam neste ramo e a empresa que tiver um sistema gerenciador e protecional se beneficiará de melhores taxas para a contratação.



Carol Ayub, Tokio Marine



# Novas áreas de gestão da Aconseg-SP

Em linha com os novos tempos, entidade passa a dar todo o apoio nas questões de tecnologia e marketing digital

**A** Aconseg-SP criou duas áreas de gestão interna: a de Tecnologia e a de Marketing. A de Tecnologia já existia no formato de comitê para a troca de ideias e a realização de algumas ações, a exemplo do bem sucedido “2º Encontro de Tecnologia Aconseg-SP”, realizado no formato digital, em outubro de 2020.

Com a iniciativa, diz Leandro Henrique, que comanda a área de Marketing, “a Aconseg-SP quer se posicionar como instituição para conversar melhor com o mercado, ajudar as assessorias no posicionamento digital e, com a esperança de que elas, bem posicionadas, ajudarão também os corretores a trabalharem melhor nesse novo mercado, que é o digital”.

“Na de Tecnologia, o objetivo é atrair parceiros de negócios e startups, que forneçam soluções de tecnologia para os corretores. Fica o convite para os interessados”, destaca Milton Ferreira, que cuida dessa área. Ele conta que o propósito da Aconseg-SP é aproveitar o relacionamento de confiança e de parceria entre as assessorias e os corretores, para alinhar as estratégias e gerar uma camada de serviços em vendas em treinamentos.

Há tempos, a Aconseg-SP exerce o posicionamento estratégico de facilitador para questões que precisam ser resolvidas de forma rápida, uma vez que as decisões são descentralizadas e cada assessoria pode colaborar de forma pontual. “Questões que para as seguradoras parceiras levariam muito tempo para serem aprovadas e colocadas em prática sempre foram o foco da entidade, e agora vamos aproveitar esta nossa expertise também na área de tecnologia e desenvolvimento”, afirma Ferreira.

## Relacionamento intenso

Sob o guarda-chuva das assessorias são cerca de 16 mil corretores, “que interagem conosco semanalmente, eles estão com a gente o tempo todo”, destaca Ferreira, acrescentando que neste momento em que a tecnologia é o insumo principal nas relações entre os players do ecossistema de oferta e distribuição de seguros é preciso aproveitar o avanço tecnológico, também para a capacitação dos corretores e das assessorias.

“É muito importante aproveitarmos esse avanço e o portal que se abriu durante a pandemia para revigorar estratégias e parcerias da Aconseg com entidades que prestam serviços de excelência aos corretores, como por exemplo, a ENS online, a Unisincor e os provedores de CRM, ERP e Multicálculos”, diz.

## Posicionamento certo

A área de Marketing tem como objetivo ajudar as assessorias e os corretores a aplicarem as melhores técnicas de marketing. “É preciso aprender a se posicionar e a dialogar nesse novo mercado”, afirma Leandro, para quem a comunicação deve ser específica para cada canal utilizado.

Inclusive, ele frisa que é preciso estar em todos os canais, como no Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTu-

be e no WhatsApp. “Se você não estiver em algum deles, alguém estará”. E para cada um deles, ter uma estratégia muito bem definida. “Não basta mais pensar somente em times comercial e operacional, tem que ter também um time que trabalha toda a parte comercial, a partir do digital. Nós da Aconseg-SP iremos ajudar as assessorias e os corretores nesse processo”.

Leandro aproveita para comentar sobre o Clubhouse, ferramenta de marketing que surgiu em 2020 para quem tem iPhone, com a previsão de abrir para os demais sistemas operacionais. “Ele se organiza em ferramentas de salas de bate-papo, onde a interação é feita por áudio, sem a imagem, possibilitando várias pessoas conversarem entre si e milhares ouvirem o que elas estão falando. Você se conecta com pessoas novas e tem acesso mais rápido a grandes especialistas”. Inclusive, há a possibilidade de criar uma sala sobre seguros.



Leandro Henrique, Aconseg-SP



Milton Ferreira, Aconseg-SP



## Produtos com benefícios exclusivos

A Qualicorp e a Amil anunciaram o lançamento de um novo portfólio de planos coletivos por adesão, com foco nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Entre os destaques estão os novos produtos da linha Amil e Amil Fácil e também os benefícios exclusivos. O novo produto disponibiliza ao cliente acesso ao ePharma, programa de benefícios de medicamentos que oferece mensalmente R\$ 150,00 por vida, não acumulativo, na compra de medicamentos genéricos com prescrição, além de descontos nos demais medicamentos de referência na rede credenciada do ePharma. O benefício é inteiramente gratuito e a lista de medicamentos abrange todos os genéricos listados no Programa de Benefícios de Medicamento (PBM). Já o corretor terá premiação com pagamento à vista pelo Cyber Bônus. Recentemente, a Amil passou a permitir que o corretor possa vender os produtos comercializados pela Qualicorp em todo o território nacional, independentemente da região em que resida, possibilitando mais oportunidades aos corretores do Brasil todo.

## Seguro Pequeno Transportador

Em um ano em que a adoção do isolamento social foi uma questão de saúde pública, o seguro de Transportes sofreu um forte impacto nas vendas. “Porém, diante da força do transporte de cargas, que se relevou uma atividade econômica ainda mais essencial para o país, houve uma retomada das atividades após o susto inicial provocado pela quarentena e o mercado de seguros retomou a normalidade na realização de negócios. Dessa forma, em 2020, a carteira de Transportes da Tokio Marine registrou crescimento de 6,5% em relação ao ano anterior”, informa Valdo Alves, diretor de Transportes da Tokio Marine. Ele acrescenta que hoje é indispensável que o corretor de seguros avalie a sua carteira de clientes e analise as oportunidades de negócios focados em empreendedores de pequeno e médio portes. “O Tokio Marine Pequeno Transportador proporciona a contratação em uma única apólice de duas coberturas principais (roubo e acidente), além de isenção de franquia em situações específicas. A cotação pode ser feita de forma bastante simplificada pelo Portal do Corretor”.



## Seguros de Vida



Desde 1º de março de 2021, a Sompo Seguros suspendeu a carência para coberturas de sinistros relacionados ao novo coronavírus (SARS-CoV-2), causador da covid-19. Essa medida vem complementar a decisão da companhia que, em abril de 2020, determinou a plena cobertura no caso de Morte, Assistência Funeral e Diárias de Internação Hospitalar relacionados a casos de covid-19 para apólices vigentes de vida.

“O acompanhamento das demandas de segurados trazidas pelo nosso relacionamento muito próximo com os parceiros corretores de seguros permitem que nos antecipemos às tendências para podermos apresentar soluções que tornem a prestação de serviços ainda mais completa para o cliente”, complementa Diana Aparecida de Araújo, superintendente Técnica de Vida da Sompo Seguros.

## Oportunidades na oferta de seguros para corretores em 2021

Confira as dicas de Leonardo de Freitas, diretor da



Bradesco Seguros

Organização de Vendas do Grupo Bradesco Seguros:

- Amplie a consciência da população em torno do seguro: O cenário atual é propício para oferta de seguros ainda poucos explorados.
- Esteja nos canais de vendas que o seu consumidor está: A tecnologia é um grande desafio para os corretores, mas também é uma grande oportunidade.
- Acompanhe as tendências do mercado: É importante que o profissional se mantenha atualizado às novidades da área e as novas tecnologias e serviços do mercado.
- Crie um relacionamento mais próximo e assertivo com o cliente: Busque fortalecer ainda mais o relacionamento com os seus clientes, converse para compreender a situação de cada indivíduo; seja claro, objetivo e sempre demonstre uma postura empática, independente do momento.
- Ofereça uma experiência de consultoria personalizada: Planejamento, comprometimento e adaptabilidade as novas tecnologias são palavras vitais para o desenvolvimento de novos negócios.

## Hub de conteúdo e capacitação focada no corretor



Lançada em outubro de 2020, a PRA Saber, Escola de Negócios SulAmérica, iniciativa voltada exclusivamente para corretores, vem se consolidando como uma importante plataforma de capacitação e atualização dos profissionais do setor. Do total de 27 trilhas, a mais acessada até o momento é a “Seja nosso parceiro de Investimentos”, impulsionada pelo lançamento da IndicaSAS em parceria com a Órama, voltada

para apoiar a atuação do corretor como indicador financeiro, seguida da trilha “Oportunidades de Negócios” e “A Era da Ansiedade”. Desde janeiro, a PRA Saber disponibiliza a Trilha de Marketing Digital, uma série com sete vídeos para ajudar na divulgação de ideias, produtos, serviços e até mesmo na criação da própria marca do corretor no ambiente on-line. Além de entender como o Marketing Digital funciona e impacta os negócios, é possível aprender técnicas de vendas utilizando as redes sociais, fundamentos de personal branding e como fazer prospecção e relacionamento com clientes no meio digital.

## Dicas de Sustentabilidade para um mundo mais SEGURO

### Faça a sua parte

Com a pandemia e os índices alarmantes de desmatamento e poluição, os temas ligados à preocupação com o meio ambiente ganharam mais força. O consumo exacerbado e sem preocupação de alimentos e embalagens é considerado um dos principais problemas relacionados ao assunto. Confira as dicas de Marcella Zambardino, co-CEO da Positiv.a, para consumir de forma mais consciente e contribuir para um mundo mais sustentável.

Investigue os produtos. Um produto socioeconômico responsável terá todas essas informações nítidas no rótulo, site ou outro meio de comunicação utilizado pela marca/fornecedor. Produtos com certificações são ainda mais confiáveis. Se o selo for de confiança, o produto será também.

Prepare listas, na hora das compras elas evitam o consumo por impulso e, muitas vezes, desnecessário, e substitua as sacolas plásticas por ecobags. Antes de um produto se tornar resíduo, estude as possibilidades de atualização ou do seu reparo. Outra alternativa é procurar plataformas de economia colaborativa para empréstimos ou locação do objeto que você está precisando.

Priorize produtos com impacto positivo, busque sempre por produtos que são menos agressivos para o meio ambiente e, quando possível, que gerem impacto positivo ou que transformam problemas em soluções. Separe o lixo reciclável e para os resíduos orgânicos, uma alternativa é a compostagem.

(Fonte: Portal CicloVivo)

### “Assessorias em Seguros: parcerias e cooperação”

Três assessorias filiadas à Aconseg-SP – Active, NBA e Valor-Ação – participaram da estreia do Prata da Casa, projeto realizado pelo Clube dos Corretores de Seguros (CCS-SP) em janeiro com o tema “Assessorias em Seguros: parcerias e cooperação”. “Quem faz parte da Aconseg-SP trabalha num grupo para o bem-estar do corretor”, disse Nilson Barreto, da NBA. Segundo Roberto Benedito de Oliveira, da Active, o corretor trabalha com a assessoria primeiramente pela seleção de seguradoras, pois ele tem acesso maior e isso já propicia redução de tempo. “Hoje oferecemos treinamentos eficazes e sistemas em que ele possa focar na prospecção. As assessorias estão crescendo nesse sentido, pois trabalhamos no digital e auxiliamos o corretor com o e-mail marketing e as redes sociais”.

Os integrantes das assessorias lembraram que hoje se relacionam com os associados do Clube e sempre estão à disposição. “O Clube conta com corretores acima da média que trabalham com assessorias para serem melhor assistidos”, destacou Jorge Teixeira Barbosa, da Valor-Ação.

### 4º Encontro de Lideranças

O Sincor-SP realizou o 4º Encontro de Lideranças dos Corretores de Seguros de São Paulo, em fevereiro. Pela primeira vez o encontro aconteceu de forma on-line, em razão da pandemia, mas manteve a união e alinhamento para juntos avançarem pelo desenvolvimento do setor.

Participaram mais de 80 pessoas, entre elas o presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, sua diretoria executiva e regional, os coordenadores de Comissões, representantes da Aconseg-SP e demais lideranças do estado, além da participação do presidente da Fenacor, Armando Vergílio.

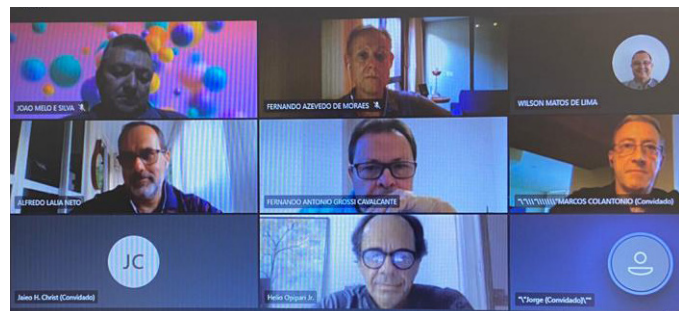
Camillo enfatizou que uma forte liderança é composta pelo entrosamento de líderes. “Os desafios só vão se acentuar daqui para a frente, pela própria dinâmica da vida, em qualquer setor e em nossa vida pessoal. Nossas divergências não são para nos afastar, pelo contrário, são para trazer convergência, esse entendimento nos traz força e maturidade necessária para a nossa defesa”.

Helio Opiari Jr., presidente da Aconseg-SP, ressaltou a importância de andar de mãos dadas pelo objetivo em comum de desenvolver os corretores de seguros. “O mercado de seguros cresceu mesmo no desafiador ano de 2020, e nós assessorias também desfrutamos deste crescimento, assim como nossos corretores representados. Tivemos muitos desafios, movimentação de mercado, mudança de lideranças nas companhias. É uma grande sinalização para nós, entidades, de que nossos parceiros seguradores estão re- vendo estratégias para os novos tempos e temos que acompanhar isso”.



### Encontro virtual

Em março, os integrantes da Aconseg-SP se reuniram com o CEO da Sompo Seguros, Alfredo Laila Neto, e os principais executivos como Fernando Grossi e Wilson Lima. Da Aconseg-SP participaram Helio Opiari Jr., Marcos Colantonio, Jairo Christ e Jorge Teixeira. Na ocasião, o presidente da seguradora falou sobre a parceria e os assuntos estratégicos para fortalecer o relacionamento entre as assessorias e os corretores parceiros.





**Você está preparado**  
para conversar  
sobre o futuro  
com os seus clientes?

Rodrigo Santoro  
45 anos

Rodrigo Santoro  
75 anos

## **A SulAmérica está.** Evoluímos juntos para oferecer **Saúde Integral em todos os momentos.**

A SulAmérica está pronta para ajudar você a cuidar da saúde física, emocional e financeira dos seus clientes, com planos de saúde, odontológicos, de previdência, seguros de vida e plataforma de investimentos. **Isso é Saúde Integral. Para você e os seus clientes viverem melhor, por inteiro.**



Para saber mais, acesse  
[sulamericasaudeintegral.com.br](http://sulamericasaudeintegral.com.br)  
ou o código ao lado.

**SulAmérica**

**125** ANOS

ANS - Nº 008246  
ANS - Nº 116428

dentsumb.

# E se a carga do Cliente for danificada ou roubada?



## SEGURO TOKIO MARINE PEQUENO TRANSPORTADOR



Apólice única com cobertura para acidentes e roubos (RCTR-C e RCF-DC)



Prêmio mínimo (PM) de R\$ 500,00



Limite máximo de garantia (LMG) de R\$ 300 mil



Cobertura adicional de limpeza de pista

# RESOLVE

Só o **Seguro Pequeno Transportador da Tokio Marine** vem com a **Cobertura Resolvedora**. Isso significa que, de acidentes com o veículo transportador à perda total da carga, ele **Resolve**.

**Quer saber mais?**  
**Fale com o seu Corretor.**

Uma Seguradora  
completa pra você  
ir mais longe.



**TOKIO MARINE  
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA