

Durante almoço, empresa apresentou o seu portfólio e destacou as possibilidades de novos negócios para os corretores de seguros no ramo de pessoas e na previdência



Luciano Santos, José Pires, Álvaro Fonseca, Anderson F. Mundim Martins e Alex Queiroz

Os mercados de seguro de vida e previdência continuam crescendo e os corretores de seguros não podem perder as oportunidades de negócios oferecidas por ambos os segmentos. O aviso foi dado pelos executivos da Bradesco Vida e Previdência (BVP) que participaram do almoço do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), dia 2 de abril, no Il Ristorante - Famiglia Mancini, em São Paulo (SP).

Recebidos pelo mentor Álvaro Fonseca e diretoria do CCS-SP, o diretor Comercial da BVP, José Pires, juntamente com os colaboradores da BVP, Anderson F. Mundim Martins, Alex Queiroz e Luciano Santos, apresentaram novidades do portfólio e comentaram o bom desempenho da empresa. Em 2023, dos R\$ 16,7 bilhões arrecadados pelo mercado paulista de vida, a BVP participou com 26%, registrando mais de R\$ 4 bilhões em prêmios.

Segundo Alex Queiroz, esse resultado foi excepcional para a BVP, que saltou de 5% para 26% na participação da distribuição pelos corretores de mercado em relação ao faturamento da companhia no produto vida, em apenas um ano. Nesse mesmo período, o número de corretores parceiros também triplicou, passando de 2 mil para 6 mil. "Esse desempenho só foi possível com a participação de vocês, corretores de seguros, que entraram no jogo com a gente", disse.

Seguro de vida

No seguro de vida individual, algumas das novidades da BVP são a substituição da carência morte por subscrição, o seguro Vida Inteira (modalidade Whole Life), o aceite digital e o card de acompanhamento de propostas de seguros, que serão colocados à disposição dos corretores. No

vida coletivo, além da redução de taxas, a inédita “pessoa chave” serve, segundo Queiroz, para sócios de empresas que desejam comprar a parte de outros sócios.

Outros destaques do portfólio são os produtos para pessoa física - Vida Inteira, Vida Mais, Vida Viva, Viagem – que oferecem, em especial, para o público de alta renda a blindagem e sucessão patrimonial. “Para esta faixa, o seguro de vida também pode ser utilizado para alavancar patrimônio”, disse Queiroz, alertando aos corretores que, ultimamente, os assessores financeiros também passaram a ofertar este benefício.

Queiroz afirmou que a área técnica da BVP reformulou alguns produtos, a pedido dos corretores, caso do seguro Vida Mais Bradesco Resgatável. “Foi modernizado e ficou fantástico. Perante a concorrência tem o maior comissionamento e chegamos a 100% no resgate antes das nossas principais congêneres”, disse. Já o Viva Vida, segundo ele, pode ser alterado de acordo com o momento de vida do cliente, por meio de endosso.

Previdência

Luciano Santos apresentou um panorama dos produtos de previdência da BVP que acompanham o ciclo de vida dos clientes, começando pelo PrevJovem que assegura, dentre outros, os recursos para custear a faculdade. Já os produtos de acumulação PGBL e VGBL garantem uma aposentadoria mais tranquila e, por fim, o produtos para rendas/sucessão oferecem, inclusive, planos de pensão em caso de morte do titular.

No ano passado, a indústria de fundos de previdência registrou R\$ 1,4 trilhão em ativos. A previdência complementar cresceu 8%, arrecadando R\$ 170 bilhões. Em São Paulo, a BVP ocupa o primeiro lugar, com R\$ 20,9 bilhões em prêmios e 31% de market share. “Hoje, a BVP está preparada para atuar tanto no regime aberto como fechado. É possível estruturar planos para funcionários atendendo ao acordo coletivo das empresas”, disse.

Uma pesquisa da BVP apresentada por Santos mostra que os clientes que possuem previdência estão mais dispostos a adquirirem outros produtos de seguros. No grupo dos que não possuem previdência, a pesquisa apurou que 44% têm algum ramo de seguro; 34% têm pelo menos um produto; e 8% têm dois produtos. Entre os que possuem previdência, 67% têm algum ramo de seguro; 37% têm um ramo de seguro, e 18% têm dois produtos.

Obrigação social

Encerrando a participação da BVP no evento, o diretor Comercial José Pires reforçou os benefícios dos produtos de vida e da previdência para os clientes, bem como as oportunidades de negócios que ambos oferecem aos corretores. Ele observou que muitos profissionais estão perdendo a chance de “abocanhar” uma fatia desse mercado bilionário. “Em algum momento, alguém vai oferecer um seguro de vida para seu cliente e se você deixar essa porta aberta poderá perdê-lo”, disse aos corretores.

Pires afirmou que a BVP pode ajudar os corretores que desejam atuar no ramo. “Estamos à disposição para treinar a sua equipe dentro da sua corretora para que você se mantenha conectado com essa oportunidade”, disse. Por fim, sugeriu uma reflexão aos corretores que mantem longo relacionamento com o cliente, mas não oferecem produtos de vida. “Temos uma obrigação social com o cliente que confia na gente para ter proteção nos momentos de infortúnio”, disse.

Importância do seguro de vida

No final do encontro, o mentor do CCS-SP, Álvaro Fonseca, observou que a escolha do Il Ristorante, famoso pela gastronomia, agradou aos associados. Em relação ao tema do evento, ele se lembrou de que anos atrás, quando exercia o cargo de diretor Social do Sincor-SP, se deparou com o fato de que muitos corretores sequer tinham seguro de vida, dependendo apenas do seguro coletivo do sindicato. Embora acredite que, hoje, a situação tenha se modificado, fez um apelo aos corretores

para que incluam vida e previdência em suas carteiras.

Fonte: Márcia Alves, em 04.04.2024

Foto: Antranik Photos