

REVISTA DA ACONSEG SP

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

Conhecimento digital

Seguradoras investem em treinamentos virtuais para qualificar os corretores

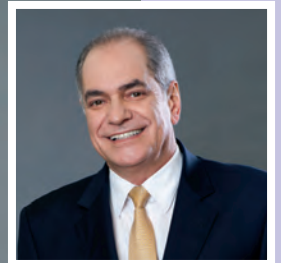
Quer ingressar no Saúde?

Executivos conceituam o produto e dão dicas sobre os primeiros passos no ramo

José Adalberto Ferrara
Tokio Marine

Novas oportunidades de diversificação no pós-pandemia

Tokio Marine destaca as ações em prol das assessorias e dos corretores, além do papel cada vez mais relevante da tecnologia



Valmir Rodrigues



João Luiz de Lima



George Dutra



Julio Sato



Marcia Radavelli

CNPJ: 33.055.146/0001-93

AlmapBBDO

**Pensou no futuro,
pensou no presente,
conte com a
Bradesco Seguros
agora e sempre.**

Com a Bradesco Seguros, seus Clientes podem contar com as melhores soluções em Auto, Residencial, Saúde, Dental, Vida e Previdência.

Ofereça Bradesco Seguros para seus Clientes e faça bons negócios. Saiba mais em: 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

Ouidoria: 0800 701 7000



bradesco
seguros

Diretoria-Executiva

Presidente

Helio Opiari Junior

Vice-Presidente

Jairo Christ

Diretor Financeiro

Ricardo Montenegro

Diretor Administrativo

Leandro Henrique

Diretor Interior

Alberto Novais

Presidente Conselho

Marcos Colantonio

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 | 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.continental.servicos.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

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

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

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

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

Intercor | José Scalco | scalcojr@hotmail.com | (11) 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

Opiari Assessoria | Helio Opiari Jr. | www.opiari.com.br | helio@opiari.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

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

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

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

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

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

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

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

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

Vitoria Campinas Assessoria em Seguros | Andrea Troncoso | andrea@vitoriaassessoria.com.br | 19-32555014 / 19-992104819

Nunca se valorizou tanto o corretor de seguros

Nesta edição aproveitamos para iniciar uma série de conteúdos para trazer informações sobre como o corretor pode dar os primeiros passos em ramos e serviços agregados com os quais não atua. O primeiro deles é o Saúde. Confira como dar os primeiros passos com as dicas dos executivos da Bradesco, Somp e SulAmérica. Vale lembrar que o Seguro ou Plano de Saúde sempre foi um desejo do brasileiro.

Como tudo se tornou digital, abordamos as ferramentas de teleconferência à disposição do corretor e também as salas de aulas virtuais, um investimento não só da Escola de Negócios e Seguros, como também das seguradoras.

Em comunhão, todos valorizamos o papel exercido pelo corretor no mercado de seguros e para toda a sociedade, por isso focamos em formas para facilitar o seu trabalho. Afinal, oferecermos treinamentos é uma das estratégias para encarmos o futuro.

Embora o período de pandemia seja um momento delicado, como resultado de todo o trabalho feito por nós, temos um aumento dos negócios, mais corretores parceiros e duas novas assessorias filiais à Aconseg-SP, às quais damos as boas vindas.

Nossa entrevista especial é com a diretoria da Tokio Marine, que tem se dedicado à melhoria de produtos e serviços, além de treinamentos aos parceiros. Uma das estratégias tem sido apostar em um portfólio diversificado de produtos para que os corretores parceiros das assessorias diversifiquem sua atuação e façam cada vez mais negócios.

Cientes de que o momento vivido por nós trouxe a ampliação da concepção de risco, percebemos uma mudança no comportamento do consumidor e afirmamos:

Nunca se falou tanto de proteção.

Nunca se precisou tanto do seguro.

Nunca se valorizou tanto o corretor de seguros.

Assim podemos sintetizar os sete meses de pandemia nesta edição da Revista da Aconseg-SP que celebra o Dia do Corretor.

Por isso, Corretor, parabéns pelo seu dia! Muito obrigado por caminhar conosco juntos e contribuir para o fortalecimento da sociedade.



Helio Opiari Junior
Presidente da Aconseg-SP



"Diga sim para o Seguro de Vida"



Novas oportunidades de diversificação no pós-pandemia

George Dutra, diretor da Tokio Marine, fala sobre as ações da companhia em prol das assessorias e dos corretores, a importância delas para a diversificação da carteira e o papel cada vez mais relevante da tecnologia na realização de negócios

“As assessorias formam um importante braço comercial da companhia e a equipe da Tokio segue completamente dedicada à contínua melhoria dos produtos e serviços, além de investir fortemente no relacionamento cada vez mais estreito com nossos parceiros”, afirma o diretor Comercial Regional SP Capital da Tokio Marine, George Dutra.

Uma das estratégias tem sido apostar em um portfólio diversificado de produtos para que os corretores parceiros das assessorias diversifiquem sua atuação e façam cada vez mais negócios. “Alguns segmentos têm tido maior participação das assessorias, além do Automóvel. São eles o Vida Individual, Empresarial e Residencial, nos quais o canal representa cerca de 20% da nossa carteira”.

Segundo ele, a diversificação é fundamental para que as assessorias aumentem a sua capilaridade, gerando cada vez mais negócios, e o momento também abre uma oportunidade para os corretores diversificarem suas carteiras e trabalharem modalidades de seguros que estão mais em evidência. “Como seguro de Vida, seguro Garantia na modalidade Recursal, Imobiliário, Empresarial e seguro de Riscos Digitais, por exemplo. Para isso, é indispensável que eles estejam atentos às tendências e mudanças de comportamento do consumidor e da indústria, além dos desafios recentes que impactam diretamente o setor de seguros”.

Ambiente digital

Desde 2011, a Tokio Marine oferece treinamentos constantes, sejam presenciais ou on-line para os corretores. A companhia também tem uma área especialmente dedicada ao treinamento comercial dos corretores e assessorias para os mais de 33 mil corretores que, além dos treinamentos on-line, antes da pandemia eram ministrados nas sucursais.

“Com a pandemia da covid-19, passamos a focar exclusivamente nos treinamentos on-line. Disponibilizamos esses conteúdos em vários formatos: webinar, vídeos gravados que ficam disponíveis em uma plataforma interna similar ao YouTube, chamada YouTokio, lives com os parceiros, entre outros”.

Dutra destaca que eles têm intensificado, por exemplo, os treinamentos de produtos como Empresarial, Garantia e Imobiliário para que o corretor tenha alternativas de vendas. “Além disso, demos prioridade aos treinamentos do produto Vida Individual, um tema da maior relevância especialmente no momento que esta-

mos vivendo”.

Preparar o corretor para o ambiente digital tem sido um compromisso de longa data da companhia. “Acreditamos que o empreendedorismo dos corretores e das assessorias é fundamental para o fortalecimento da cultura do seguro e para o crescimento deste mercado, na medida em que temos o grande desafio de aumentar a capilaridade da oferta de proteção aos mais de 210 milhões de brasileiros e milhares de empresas no Brasil”.

Para isso, o corretor conta com uma série de plataformas e soluções para não apenas continuar vendendo, como também para fazer a gestão da sua carteira, automatizar processos, vistorias digitais, aberturas de sinistros, entre outros. “Esta é mais uma forma do corretor estar próximo ao seu cliente diante da necessidade de isolamento e restrições nas cidades”.

Outra iniciativa foi o desenvolvimento do Brokertech para mostrar aos corretores como aumentar vendas e reduzir custos operacionais. “Atualmente, a plataforma conta com 16 ferramentas digitais para uso imediato por Corretores e Assessorias, distribuídas em quatro pilares: Empreendedorismo Digital, Vendas, Marketing Digital e Gestão Eficiente”.

Um marco em Auto

A Tokio Marine chegou à marca de 2 milhões de veículos segurados, o que a consolidou como a terceira maior frota protegida do mercado. “Em 2019, o crescimento da carteira de Auto foi de 10% e, neste ano, mesmo com a pandemia, temos conseguido nos manter estáveis ante um mercado em queda”.

Resultado que Dutra atribui também ao trabalho árduo e constante das assessorias e seus corretores. “Elas representam quase 1/4 de nossa carteira de Automóvel e estão sempre em con-



George Dutra
Tokio Marine



Diretoria reforça a função social do seguro



“Sem dúvida, a função social do seguro, de proteger a Vida e o Patrimônio de Pessoas e Empresas, está ainda mais evidente neste momento. Além disso, a pandemia deixou muito claro o quanto a tecnologia é uma grande aliada do corretor na expansão dos negócios, uma vez que os conceitos de espaço e limite territorial não existem mais. Desta forma, nós,

seguradores, corretores e assessorias, temos a oportunidade de nos reinventar, repensar e adaptar nossa visão de negócio, criando novas oportunidades em termos de produtos e serviços para atender às necessidades dos clientes”, **José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine**



“Todas as nossas energias estão voltadas para honrar com o nosso compromisso de manter o pleno atendimento aos mais de 30 mil corretores e assessorias que operam com a Tokio Marine. Isso é fruto do trabalho determinado e incansável de toda a equipe, que nos permite estar disponíveis em tempo integral para nossos parceiros provendo todos os serviços com muita

agilidade e alta qualidade de entrega”, **Valmir Rodrigues, diretor Executivo Comercial da Tokio Marine**

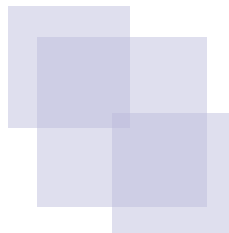
sonância com as estratégias da Tokio Marine, oferecendo aos seus clientes o padrão de qualidade e atendimento que fazem parte do DNA da companhia”.

Sem dúvidas, acrescenta ele, “este trabalho é feito em um esforço conjunto para identificar e mostrar aos clientes as inúmeras opções de proteção existentes no portfólio de Automóvel da Tokio e como cada uma delas atende às suas necessidades”.

Incentivos

Em agosto, a Tokio Marine melhorou ainda mais o tradicional Programa Plus Auto. “Até dia 31 de outubro, além da comissão adicional, o corretor pode ganhar também mais R\$ 30 de Comissão Extra por apólice. Aos parceiros que quiserem saber mais, recomendamos procurarem seu gerente comercial para receberem todas as informações”.

Dutra aproveita para deixar algumas dicas. “A forma como trabalhamos vai se sustentar cada vez mais na tecnologia, e



veremos mudanças irreversíveis em nossas estratégias, prioridades e comunicação. Devemos pensar estrategicamente e agir rapidamente para que sejamos protagonistas, seguradoras e corretores, neste contexto de mudança”.

O que, de acordo com ele, contribuiu muito para os corretores e as assessorias constatarem que a tecnologia é uma aliada, sobretudo na agilização dos processos de abordagem comercial, realização de negócios, entrega de propostas às seguradoras e ampliação da capilaridade junto à base de clientes.

Sobre tendências, diz ele: “avaliamos que



“Temos muito orgulho de atuar de maneira muito próxima às assessorias, principalmente no desenvolvimento de soluções apoiadas em tecnologia. Trabalhamos constantemente para oferecer o maior aproveitamento possível das oportunidades que o mundo digital proporciona aos nossos parceiros na geração de leads, oferta de produtos digitais

e prestação de serviços pós-venda”, **João Luiz de Lima, diretor Comercial Nacional Varejo da Tokio Marine**



“Antes mesmo das mudanças causadas pela pandemia, nosso foco principal em 2020 era a carteira de Vida, por meio dos produtos para PMEs e o Vida Individual. Em PJ, demos foco aos seguros Agro Safra, Riscos Nomeados/Empresarial, Transportes, Garantia e Responsabilidade Civil Geral, pois são carteiras que sustentarão o

nosso crescimento nos próximos anos”, **Julio Sato, diretor Comercial Varejo SP Interior I**



“Além de promover treinamentos e capacitação constante de nossos mais de 1,9 mil corretores, buscamos manter uma relação muito próxima com eles, por meio de nossas sucursais (assessorias), criando oportunidades de negócios para crescermos juntos”, **Marcia Radavelli, diretora Comercial Varejo SP Interior II**

teremos um cenário de crescimento pela procura do seguro em alguns segmentos como infraestrutura, impulsionado pela necessidade de investimento em saneamento básico e, enquanto atividade essencial para a economia do país, o seguro de safras é extremamente relevante nesse momento”.

Destaque também para o seguro de ataques cibernéticos. “Principalmente por conta do aumento da adoção de home office pelas empresas e maior exposição aos riscos e também às modalidades de Seguro de Vida, que têm ganhado cada vez mais representatividade ao longo dos anos”, conclui.



Salas de aulas virtuais

Seguradoras oferecem treinamentos on-line para qualificação dos corretores; momento traz ainda novo modelo de atendimento comercial aos parceiros de negócios

O profissional de seguros precisa estar sempre atualizado sobre o que está acontecendo no setor e em todo o mundo que pode impactar a sua atividade.

Neste momento, a Escola de Negócios e Seguros (ENS) adaptou todos os seus cursos presenciais para o formato on-line. "A pandemia implicou na adoção de quarentena em todas as regiões do Brasil, especialmente nas duas cidades onde temos unidades físicas, Rio de Janeiro e São Paulo. Isso nos obrigou, rapidamente, a buscar modelos de operação adequados e eficientes para a situação", afirma o presidente da ENS, Robert Bittar. "Além de colocar os colaboradores em regime de home office, nossa preocupação foi migrar os cursos presenciais para o ambiente virtual adequando conteúdo e didática e, assim, evitar a descontinuidade das aulas", diz.

Em esforço que envolveu coordenadores acadêmicos, docentes, técnicos das áreas de Ensino e a equipe da Escola Virtual, esta migração foi feita em tempo recorde, em todos os produtos educacionais, como o Curso para Habilitação de Corretores de Seguros, a Graduação Tecnológica em Gestão de Seguros e MBAs. "Para termos noção da complexidade desse trabalho, considerando apenas MBAs e a graduação, convertimos 117 disciplinas para ambiente virtual. Em pouco tempo, capacitamos professores e colaboradores para que os recursos do Ensino a Distância, em particular as salas

de aula virtuais, fossem aproveitados ao máximo".

Para apoiar seus parceiros de negócios, as seguradoras promovem ações de treinamento e capacitação para assessorias, corretores e colaboradores. A pandemia fez com que os treinamentos antes realizados presencialmente nas salas de aula de todo o país fossem adaptados e feitos de forma totalmente remota, sem prejuízo de aprendizagem.

"O período de quarentena foi responsável por um aumento de participação nos treinamentos, uma vez que as pessoas estão em casa e não têm perdido tempo com deslocamento", afirma Patrícia Campos, diretora de Gente e Gestão da MAG Seguros. A empresa oferece uma série de mais de 350 cursos na plataforma da MAG Universidade. "Nossos cursos recentes impactaram mais de mil profissionais em aproximadamente 10 dias".

A Bradesco Seguros também vem investindo em ações que foram desenhadas especialmente para apoiar e capacitar o corretor no cenário de pandemia. "Até julho deste ano foram mais de 56 mil participações de corretores", comenta Valdirene Soares, diretora de Recursos Humanos do Grupo Bradesco Seguros.

Os treinamentos virtuais da Tokio Marine são disponibilizados por meio de webinars ao vivo, com interação entre instrutores e participantes; e pela plataforma YouTokio (vídeos gravados que ficam disponíveis). "Com a pandemia, temos registrado o dobro na média de audiência



Robert Bittar, ENS



Patrícia Campos, MAG Universidade

**ESCOLHEMOS
O SEU DIA PARA
LHE DAR UM PRESENTE:**

**A OPORTUNIDADE DE
VOCÊ DESENVOLVER
AINDA MAIS OS SEUS
NEGÓCIOS COMO
CORRETOR
EMPREENDEDOR.**

Queremos dar os parabéns e um presente:
PRA Saber, a sua Escola de Negócios!
É uma plataforma de treinamento, com
muita informação, capacitação e inovação.

Venha conhecer esse espaço todinho seu,
Corretor, e que traz a oportunidade
de ampliar seus conhecimentos
com conteúdo de qualidade e sem custo.

Um presente para cuidar
de você e também ajudá-lo
a melhorar a vida
de nossos clientes, levando
saúde integral. Afinal,
agora somos especialistas
nisso, e você vem
com a gente nessa!

Escola de Negócios SulAmérica
PRASABER

Acesse a plataforma
e baixe o app para
fazer os cursos:

<https://prasabersulamerica.com.br>

SulAmérica



dos treinamentos em formato webinar, que duram 1h45, sendo 1h15 de conteúdo e cerca de 30 minutos para esclarecimento de dúvidas”, relata Flávio Otsuka, superintendente de Estratégia de Crescimento e Marketing da seguradora.

Até o início do isolamento social, a Sompso Seguros dava preferência para os eventos presenciais – em 2019, foram ministrados 208. Com o período de isolamento social, foram estabelecidos treinamentos on-line para corretores, que têm ampliado a participação. “Em alguns, contamos com mais de 1,5 mil corretores de diversas localidades do Brasil num único evento. Isso dificilmente seria possível num treinamento pessoal, que exigiria, além de uma infraestrutura técnica, muito mais tempo e investimento da agenda dos participantes. Até o momento, mais de 20 mil corretores de seguros já participaram de nossos cursos”, aponta o diretor Executivo Comercial e de Marketing, Fernando Grossi.

“Desde março, estamos gerando muito conteúdo relevante e organizando treinamentos de forma on-line para nossos corretores. Até o fim de julho, já tínhamos impactado mais de 40 mil pessoas. Para efeito de comparação, no ano inteiro de 2019 treinamos 48 mil pessoas. Isso demonstra também o interesse dos corretores em seu próprio desenvolvimento”, revela Andre Lauzana, vice-presidente Comercial e de Marketing da SulAmérica. “Hoje, por meio das ferramentas e formatos digitais, conseguimos, por exemplo, lançar um produto e impactar muito mais gente ao mesmo tempo”, completa.

Mudança no modelo de atendimento

A pandemia trouxe mudanças irreversíveis para as relações comerciais. Um fato incontestável evidenciado pelo período de isolamento social e que deve persistir no novo normal é que a tecnologia é uma grande aliada do corretor na expansão dos negócios, uma vez que os conceitos de espaço e limite territoriais não existem mais. “Temos trabalhado cada vez mais para auxiliar nossos parceiros a se adequarem a essa nova realidade por meio de investimentos em capacitação e utilização de canais digitais”, afirma Flávio Otsuka.

Num momento como esse, as pessoas têm ainda mais percepção do papel social do seguro. “Por isso, é importante o corretor se valer dos recursos disponíveis para prestar a consultoria a distância, utilizando e-mail, WhatsApp, aplicativos de teleconferência, entre outros”, diz Fernando Grossi, enfatizando que todos os canais de atendimento foram viabilizados on-line, assim como vários procedimentos. “Desde o início do isolamento social, nossos executivos da área comercial já realizaram mais de 62 mil contatos de negócios”.

“Atualmente, 96% de nossos funcioná-

rios encontram-se trabalhando de forma remota. A equipe comercial atua 100% nesse modelo, interagindo diariamente com os corretores e oferecendo todo o suporte no atendimento aos clientes – sobretudo em prol da manutenção de negócios. Também temos reforçado a divulgação dos canais disponíveis para o atendimento a distância”, pontua Valdirene Soares.

Para Lauzana, os benefícios dos encontros on-line são incontestáveis. “Facilitam o dia a dia de todos, além de reduzirem tempo em deslocamentos. Na prática, atualmente, um profissional do nosso time comercial consegue falar virtualmente com cerca de oito corretores em um mesmo dia, e mantendo a qualidade das interações, ou seja, o trabalho rende muito mais. Por outro lado, sabemos que a área comercial é muito focada em relacionamentos e o contato direto dos corretores conosco é de extrema importância. Por isso, o on-line e o presencial são complementares, um não substitui o outro”.

Além de dispor de ferramentas digitais para contribuir com a comercialização do portfólio, as seguradoras desenvolveram cursos e treinamentos voltados para capacitá-los na nova competência de venda remota. “Acreditamos que este é um modelo que deve manter-se no pós-pandemia, principalmente quando observamos o ganho de produtividade, uma vez que com a ferramenta remota é possível duplicar ou triplicar a quantidade de visitas”, finaliza Patrícia Campos.



Valdirene Soares, Grupo Bradesco Seguros



Fernando Grossi, Sompso Seguros



Flávio Otsuka, Tokio Marine

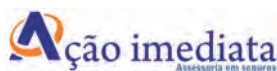


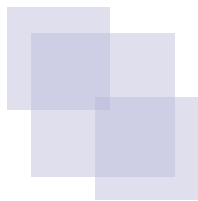
Andre Lauzana, SulAmérica

Em 2020, o Dia do Corretor de Seguros tem um valor ainda mais especial. Nós, assessorias em seguros, sempre reconhecemos o importante papel exercido pelos corretores. Mas, nos momentos difíceis como o da pandemia causada pelo coronavírus, a sociedade comprovou o relevante papel dos corretores na consultoria da proteção securitária.

**Parabéns pelo seu dia, Corretor!
A sua resiliência contribui para um
mercado de seguros mais forte.**

12 de outubro | Dia do Corretor de Seguros





Quer ingressar no Saúde?

Executivos de companhias especialistas afirmam que o corretor de seguros com conhecimento técnico é essencial para que o Saúde seja uma ferramenta estratégica de gestão

Se o Seguro ou Plano de Saúde já era um dos objetos de desejo dos consumidores antes da pandemia, agora ele passa a ser um item de primeira necessidade.

“Com a nova realidade brasileira, contar com serviço médico privado é sinônimo de segurança, tranquilidade e bem-estar. Sem dúvida, esse é um investimento que vale a pena para o corretor, principalmente no momento em que as pessoas buscam por mais proteção”, observa Leonardo de Freitas, diretor da Organização de Vendas do Grupo Bradesco Seguros.

“A pandemia sensibilizou as pessoas para o risco e as fez entender a importância de ter um bom plano de saúde, que apoie na manutenção da saúde física, emocional e financeira”, completa Luciano Lima, diretor comercial da SulAmérica.

Fato é que o ramo sempre foi uma opção para os corretores diversificarem os negócios. Mas ele possui um vocabulário próprio. Pensando nisso, conversamos com algumas seguradoras parceiras da Aconseg-SP para entendermos como e por onde o corretor pode começar.

O ideal é entender o perfil do cliente e oferecer alternativas de acordo com as necessidades. Como por exemplo, a oferta de produtos com foco regional, sem abrir mão da cobertura nacional.

Para iniciar, Edglei Monteiro, diretor comercial da Somp Saúde, indica ao corretor capacitar-se e conhecer os produtos disponíveis no mercado, as estratégias de gestão de benefícios e quais quesitos de um Seguro Saúde são mais valorizados entre os colaboradores.

“O Seguro Saúde é uma ferramenta de gestão de pessoas e de retenção de talentos. Os colaboradores das empresas de qualquer porte e segmento valorizam sobremaneira o benefício. E isso independe de nível hierárquico. Tanto o colaborador da área de produção quanto um alto executivo, ambos sabem do valor de ter a garantia de bom atendimento médico. Ainda mais

se considerarmos que esse benefício é extensivo à família (cônjuge e filhos)”, argumenta Monteiro.

Luciano Lima, diretor comercial da SulAmérica, acredita que o Saúde é um bom negócio para os corretores. Para ajudá-los a ampliar o portfólio e suas oportunidades de negócios, a seguradora investe em um programa de reconhecimento e relacionamento, o PRA.

O papel do corretor é oferecer a melhor solução de proteção para o momento de vida do cliente, o que reúne conhecer as diversas opções existentes no mercado em termos de planos de seguros. “A minha dica é estudar muito as opções que o mercado oferece e conhecer igualmente seus clientes, saber sobre suas vidas, entender seu momento, como é sua família, seus hábitos”.

Lima não acredita que exista uma fórmula mágica, pois o argumento de venda tem de ser personalizado. “Cada cliente tem uma necessidade e se o corretor de seguros entender o problema, conhecer a empresa que está negociando, conseguirá dar uma consultoria altamente relevante, pois oferecerá a melhor solução. O cliente tem autonomia na decisão e o corretor precisa dar segurança para que ele faça a melhor escolha”.

As próprias seguradoras organizam cursos com frequências para tratar das novidades, informações, regras e especificações de comercialização do produto, como é o caso da Somp. “As Assessorias de Seguros e a Aconseg-SP também são um suporte bastante importante para auxiliar o corretor de seguros nessa jornada”, acrescenta Monteiro.

O diretor da SulAmérica reitera que não basta vender, tem de manter o relacionamento, verificar frequentemente se algo mudou e alguma atualização precisa ser feita, se um novo produto lançado pode ser interessante para aquele perfil de cliente. “A consultoria tem de ser vitalícia”, diz.

Para Freitas, em um cenário tão dinâmico, o corretor está assumindo, cada vez mais, o papel de protagonista no setor, reforçando sua posição de consultor de negócios. “Com as mudanças no comportamento do consumidor, o corretor de seguros deve buscar estar mais próximo do cliente, para identificar suas necessidades e ofertar proteção. Para isso, precisa



se adaptar às transformações e evoluir na sua abordagem, que terá mais êxito com a preparação da venda e o estudo do cliente, focando em suas necessidades de proteção”, explica, ao acrescentar que vai se ouvir falar mais sobre vendas empáticas, pois as pessoas não buscam apenas por produtos.

O diretor da Bradesco recomenda alguns pilares aos corretores para que possam alavancar novos negócios no ramo de Saúde: desempenhar o papel de consultor de riscos, acompanhar as novidades do mercado, investir na atuação multicanal, capacitar-se e adquirir conhecimento.

Seguro x Plano

“Apesar de ambos oferecerem assistência médico-hospitalar e de algumas pessoas usarem os dois como sinônimos, há diferenças entre eles”, chama a atenção o diretor comercial da SulAmérica.

Conforme determina a lei específica que regulamenta o segmento, o Seguro Saúde não tem uma rede própria de atendimento. “As seguradoras de Saúde Suplementar contam com uma rede referenciada de serviços. Além disso, essa modalidade permite a livre escolha do usuário. Isso significa que, mesmo que o médico ou serviço de saúde não esteja listado na rede referenciada de seu plano, o segurado poderá ser atendido pelo médico ou serviço de saúde de sua preferência e apresentar recibo do valor pago, que será reembolsado até o limite previsto em contrato para cada serviço”, explica Edglei Monteiro.

No Plano de Saúde, a operadora disponibiliza uma rede assistencial própria e/ou credenciada, que inclui médicos, terapeutas, laboratórios, clínicas e hospitais, com a qual já tem negociação de qualidade e preço dos serviços. “A utilização da rede já está prevista no plano, podendo ou não ter coparticipação do beneficiário”, diz Lima.

Já no seguro saúde, não há rede referenciada. O segurado escolhe o prestador de saúde e arca com os custos, para depois ser reembolsado de acordo com as cláusulas contratuais. “Na prática, hoje em dia, boa parte dos planos comercializados no mercado oferece uma solução híbrida”, explica o diretor da SulAmérica.

“O plano de saúde já é um grande conhecido do brasileiro, já o seguro vem ganhando força e maior penetração no mercado”, comenta Leonardo de Freitas.

A grande diferença do Plano para o Seguro de Saúde é a amplitude do contrato, pois o consumidor não fica limitado às clínicas, redes e laboratórios ofertados pela operadora. “Com o

Glossário Temático da ANS

Uma dica é consultar o Glossário Temático da Saúde Suplementar, lançado pela ANS, que traz vários termos importantes: (http://www.ans.gov.br/images/stories/Materiais_para_pesquisa/Materiais_por_assunto/saudesup_glossario_site-1.pdf). Outra opção para entender mais o ramo é o site da FenaSaúde.



Leonardo de Freitas, Grupo Bradesco Seguros



Luciano Lima, SulAmérica



Edglei Monteiro, Sampo Saúde

seguro saúde, há liberdade de escolha dos médicos, laboratórios e hospitais desejados. Em geral, o custo x benefício no Seguro Saúde é mais favorável ao consumidor”, acrescenta Freitas.

Vale ressaltar que no seguro, além da rede referenciada com atendimento por meio do cartão de identificação, o reembolso é obrigatório. “Portanto, é importante que o cliente conte com a orientação de um corretor para contratação de um Seguro Saúde adequado ao seu perfil de utilização”, completa o diretor da Bradesco.

Tipos de Plano

Segundo o diretor da Sampo Saúde, existem cinco tipos de planos disponibilizados pelas Operadoras:

Ambulatorial, que permite consultas em clínicas ou consultórios, exames, tratamentos e exames ambulatoriais, mas não contempla internação hospitalar.

Hospitalar com obstetrícia, que garante os serviços do plano ambulatorial e a internação hospitalar, incluindo a atenção ao parto. Além disso, nesse plano está contemplada a cobertura para o recém-nascido, filho natural ou adotivo do usuário ou de seu dependente, durante os primeiros 30 dias posteriores ao parto ou adoção.

Hospitalar sem obstetrícia, que garante ao usuário a prestação de serviços com cobertura de internação hospitalar, mas não contempla a atenção ao parto. Nesse regime não há limite de tempo para internação hospitalar.

Plano Referência, que propicia ao usuário a assistência médico-ambulatorial e hospitalar com obstetrícia e acomodação em enfermaria.

Acesse o conteúdo complementar desta matéria no YouTube e confira as dicas de Claudia Motta, da SulAmérica, e Cesar Dias, da Sampo Saúde.





Sompo amplia coberturas do seguro Condomínio



SOMPO SEGUROS

A Sompo Seguros, companhia líder no ramo Condomínio, com 17% de share de mercado, segundo dados da Susep, ampliou as coberturas adicionais de venda-val, furacão, ciclone, tornado, granizo, impacto e guarda de veículos: incêndio e roubo, ou incêndio, roubo e colisão no Seguro Sompo Condomínio. Mais informações no Portal do Corretor ou no site www.sompo.com.br

Amil lança novos produtos com preços competitivos



A Amil disponibiliza novos produtos nas regiões do ABC Paulista, Alto do Tietê, Baixada Santista, São Paulo, Guarulhos e Rio de Janeiro. De acordo com Rodrigo Rocha, Chief Growth Officer do UnitedHealth Group Brasil, “os produtos Santa Helena Diamante, Sobam Plus, Ana Costa Saúde e Amil S40 visam oferecer qualidade com preço competitivo para

que os clientes possam permanecer no plano de saúde mesmo em um momento tão desafiador da economia”.

Joffre Nolasco é o novo presidente da Aconseg-RJ

A nova diretoria eleita da Aconseg-RJ para o biênio 2020/2022 será composta por Joffre Nolasco (presidente); Renato Rocha (1º secretário); César Braga (2º secretário); Luiz Philipe Baeta Neves (1º tesoureiro), e Mario Roberto Santos (2º tesoureiro).

“Tive a oportunidade de trabalhar bastante pela modernização das nossas associadas, adquirindo experiência e conhecimento. Frente aos desafios atuais, tivemos que assumir uma atitude mais proativa ao desconhecido. Somos competentes e reagimos muito bem, engrandecendo o seguro”, disse Nolasco que já esteve no comando da Aconseg-RJ no período de 2004-2006.

Tokio Marine cresce no mercado de Auto



A Tokio Marine tem motivos para comemorar o desempenho da carteira. Em julho, a companhia alcançou a marca de 2 milhões de veículos segurados, se consolidando com a terceira maior frota do mercado. Além disso, a empresa anunciou uma série de novidades em seu portfólio. A principal delas é a entrada no mercado de motos, no qual passa a atender às grandes montadoras.

Bradesco Seguros apoia corretor com iniciativas on-line



Bradesco Seguros

Buscando fortalecer ainda mais o relacionamento com os parceiros de negócios, a Bradesco Seguros vem investindo em ações que foram desenhadas especialmente para apoiar e capacitar o corretor no cenário de pandemia. Gestão emocional, protagonismo e novos caminhos para a oferta de seguros foram temas trabalhados nas ações on-line. Até julho deste ano foram mais de 56 mil participações de corretores.

2º Encontro Magno das Aconsegs reúne assessorias e seguradoras parceiras

Em dois dias, o 2º Encontro Magno das Aconsegs promovido pela Aconseg-MG em setembro, reuniu seguradoras parceiras, assessorias e lideranças das Aconsegs-SP, RJ e RS para falar do cenário do mercado no pós-pandemia.

“Vamos ter de nos reinventar, pensando melhor e ouvindo mais os corretores para sabermos como eles querem ser atendidos. Quando eles e os clientes deixarem de nos questionar, perderemos a guerra, mas ouvi-los antes que isso aconteça é um ótimo ponto de partida”, disse Eduardo Dal Ri, diretor comercial da Allianz.

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine, reiterou que considera as assessorias como sucursais da companhia. “As assessorias nada mais são do que um braço nosso, como se fosse uma sucursal, tanto que criamos um portal especificamente para elas”.

A HDI passou a trabalhar com o braço das assessorias há pouco tempo e o CEO Murilo Riedel destacou a importância delas no atendimento ao corretor. “As seguradoras não têm condições físicas de dar o suporte à totalidade de corretores e as assessorias estão se tornando uma alternativa econômica e tecnológica tão eficiente que até corretores de médio e grande portes podem utilizar essa plataforma”. Leonardo Pereira de Freitas, diretor da Organização de Vendas do Grupo Bradesco Seguros, frisou que a digitalização vem transformando a operação do mercado segurador, exigindo de todos uma postura diferentes. “Acho que os corretores e as assessorias assumiram um papel de protagonismo ainda maior”.

SulAmérica Direto Sampa Azul: excelente oportunidade



Novo plano de saúde regionalizado oferece, em parceria com a Rede D'Or São Luiz, cobertura hospitalar, ambulatorial e laboratorial em São Paulo e região metropolitana com preço muito competitivo. O cliente tem ainda à disposição o Saúde na Tela (telessaúde), além de atendimento de urgência e emergência nas principais capitais do país. O plano está disponível para empresas a partir de três vidas. Saiba mais em www.sulamericadireto.com.br.

O Cliente precisa de um médico, mas não pode sair de casa?



SEGURO TOKIO MARINE VIDA INDIVIDUAL



Orientação médica online 24h



Cobertura para até 25 doenças graves (incluindo diagnóstico de câncer)



Assistência Funeral



Cobertura de Despesas Médicas Hospitalares e Odontológicas



Aplicativo Vida Saudável: orientações fitness e nutricionais por videoconsulta



Tokio Indica: programa de benefícios com descontos exclusivos

RESOLVE

Simplicidade na cotação, tele-entrevista e agenciamento prolongado* nas vendas feitas no cartão de crédito. Tudo isso, porque o **Seguro Tokio Marine Vida Individual. Resolve** pra você também!

**Quer saber mais?
Fale com o seu
Gerente Comercial.**

Uma Seguradora completa pra você ir mais longe.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

Dicas de
Sustentabilidade
para um mundo mais
SEGURO

Relacionamentos
mais digitais

Não há dúvida de que o isolamento social impulsionou o uso de tecnologias digitais e muitos que tinham projetos de implementá-las em um prazo maior anteciparam a sua adoção.

Eventos que antes eram realizados presencialmente deram lugar aos on-line, assim como as reuniões e os treinamentos. Ainda não sabemos quando e de que forma eles voltarão a acontecer em um local físico. Webinars e lives se tornaram frequentes no nosso dia a dia como uma forma de nos relacionarmos e aprendermos mais.

Muitas empresas já adotaram definitivamente o home office e há uma tendência dos escritórios diminuírem de tamanho. Por outro lado, as pessoas em home office buscam se adaptar da melhor forma possível para conciliar a vida profissional com a pessoal.

Tudo isso trará impactos na mobilidade, nos benefícios aos colaboradores e por novas demandas de produtos de seguros e, principalmente, na participação cada vez maior da tecnologia nos relacionamentos e no contato dos corretores com os seus clientes, ainda que faça muita falta o contato pessoal.

LGPD, uma oportunidade de negócio*

A sociedade evolui em progressão geométrica, os riscos e oportunidades acompanham e o corretor de seguros exerce papel fundamental na perenidade econômica e social. Gestão de risco bem feita e orientada é fundamental para que ocorra o menor número de intercorrências e exista solução adequada para aquelas que eventualmente sejam inevitáveis.

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) apresenta uma grande oportunidade a todos aqueles que oferecem soluções colaborativas com a implantação das ações fundamentais para que a proteção de dados ocorra de forma plena, o que convenhamos, é uma segurança para todos.

Os prejuízos causados pela falta ou erros nos procedimentos necessários na proteção de dados constituem o risco do negócio que deve ser protegido pelos equipamentos, softwares e colaboradores preparados para tanto.

O seguro Cyber Risks se mostra uma ferramenta para as empresas oferecendo a reparação dos prejuízos oriundos das intercorrências eventuais e proporcionando conhecer melhor o negócio do seu cliente quando da avaliação do risco, cujo preparo e conhecimento dos produtos e soluções que o mercado oferece é fundamental.

O próprio negócio do corretor de seguros também está sujeito a estes riscos e legislação, pois trata os dados e os manipula, devendo observar o ordenamento e o cumprir de forma plena.

O Sincor-SP oferece a seu associado uma estrutura que permite esta capacitação contínua, com profissionais internos, colaboradores e voluntários que o fazem de maneira sempre assertiva, cursos e palestras que levam o conhecimento necessário.

Temos orgulho deste trabalho e sabedores de sua importância, na área privada do nosso site os corretores têm acesso aos cursos e palestras sobre o tema: <https://www.sincor.org.br/>

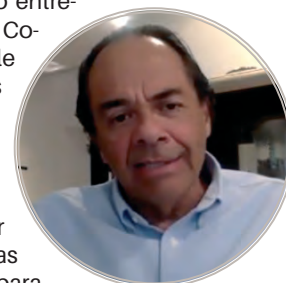
* **Edson Lasse Fecher, coordenador da Comissão Jurídica do Sincor-SP**



Papel das assessorias é capacitar os corretores

O presidente da Aconseg-SP, Helio Opipari Junior, foi o entrevistado do Tendências & Debates no Canal da Revista Cobertura no YouTube, no início de outubro. Na ocasião, ele falou sobre a busca dos corretores pela diversificação, as novas parceiras, o apoio das assessorias e o investimento em marketing digital.

“O corretor está ávido para vender outros produtos. Ele está experimentando outros seguros, outros ramos”. Helinho destacou que o papel das assessorias é treinar e capacitá-los. “O nosso movimento vai ao encontro das estratégias das seguradoras, que é treinar o corretor para vender outros produtos”.



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 Opipari 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.



amil
fácil

S40 SP

É fácil seu cliente
ter um plano Amil.

Amil Fácil S40 SP.
Os melhores hospitais por um
preço acessível a seus clientes.

Conheça os diferenciais do plano Amil Fácil S40 SP.



Telemedicina Amil



Urgência e emergência
nacionais



Acesso às unidades
Amil Espaço Saúde da sua região



RPG sem limites



Fonoaudiologia



Cirurgia refrativa



Melhor custo x benefício



Opções com e sem coparticipação



Descontos em farmácias

Tenha acesso a hospitais como:

- Hospital Vitória Anália Franco
- Hospital da Luz
- Next Butantã
- Next Santo Amaro



Redes Sociais;

mais relacionamento para;

Corretor de Seguros.

Uma das frases mais faladas no mercado de seguros ou por pessoas que sustentam seus negócios a partir de relacionamentos é "ser visto para ser lembrado".

Contudo, mesmo diante do cenário em que as pessoas permanecem cada vez mais horas com seus celulares em mãos, muitas empresas na área de seguros permanecem sem atuação frequente ou com boa interação no ambiente digital.

Quer dicas para potencializar seu relacionamento nas redes sociais?

1 | Realize um planejamento sobre como quer se posicionar, que imagem deseja transmitir e como pretende dialogar com as pessoas e marcas.

2 | Verifique quais redes sociais deseja participar ou por meio de quais redes deseja iniciar sua interação. Afinal, a partir do momento que criar seus perfis, vai precisar estabelecer uma atuação focada. Desta forma, planeje de acordo com a demanda que conseguir interagir.

3 | Estabeleça um cronograma de atuação. Esteja atento às datas!

4 | Mas, principalmente, compreenda que o foco é o público. Portanto, interaja. Não pense que rede social é um mural onde a sua marca apenas realiza postagens. Rede social é para socializar, compartilhar, conversar, se posicionar!



Leandro Henrique é diretor Administrativo da AconseG-SP

Ferramentas gratuitas de videoconferências

Em tempos de distanciamento social elas têm ajudado a manter a proximidade; no pós-pandemia, a experiência e os bons resultados das reuniões on-line devem permanecer



As videoconferências se destacaram entre os recursos mais úteis para manter a proximidade e o trabalho em home office durante o isolamento social. As plataformas de videoconferências se disseminaram em todos os setores, possibilitaram a realização de eventos on-line, e se tornaram fundamentais até mesmo para encontros festivos. A experiência e os bons resultados das reuniões on-line devem permanecer no pós-pandemia, e possibilitar cada vez mais o trabalho remoto, garantindo mais produtividade ao corretor.

Conheça algumas plataformas que oferecem planos gratuitos:

Zoom | Possui plano gratuito que inclui videoconferências com vídeo, áudio, compartilhamento de tela, até 100 participantes em uma reunião, um limite de 40 minutos em reuniões de grupo e suporte on-line. Permite gravar reuniões e possui recursos de colaboração em grupo: <https://zoom.us>

Google Meet | Acompanha o G Suite do Google e permite participar de reuniões diretamente de um evento da agenda ou convite por e-mail. Disponibiliza os recursos empresariais avançados para todos os clientes, incluindo até 250 participantes por chamada, até 100 mil espectadores de transmissão ao vivo e gravações de reuniões: <https://gsuite.google.com/products/meet>

Skype | Uma das ferramentas mais antigas e ainda com forte presença em chamadas de vídeo on-line. Oferece bate-papo por vídeo, chamadas internacionais e mensagens de texto via web.

Isso também inclui compartilhamento de tela e vídeo HD no plano gratuito: <https://www.skype.com>


Microsoft Teams | Aplicativo de videoconferência e colaboração que faz parte do pacote Office 365 da Microsoft. Inclui assistência de agendamento, anotações, compartilhamento de tela, gravação de reuniões e mensagens instantâneas: www.microsoft.com/pt-br/microsoft-365/microsoft-teams/online-meeting-solutions

GoToMeeting | Ideal para empresas com vários escritórios internacionais, pois é fácil de usar e tem um bom suporte ao cliente. O plano gratuito inclui suporte para até três participantes, compartilhamento de tela, videoconferência e áudio e reuniões de 40 minutos: <https://www.gotomeeting.com>

Join.me | Ferramenta rápida e fácil do LogMeIn para videochamadas em grupo. Possibilidade de personalizar o URL da chamada e o plano de fundo da reunião e obter o compartilhamento de tela com um clique: <https://www.join.me/pt>

Cisco Webex | Suporta Outlook, Office 365, Google e outros. Planos gratuitos para até 100 participantes e reuniões ilimitadas: <https://www.webex.com.br>

Google Hangouts | Oferece acesso gratuito a recursos avançados do Hangouts Meet para todos os clientes do G Suite e Education durante a pandemia, possibilitando hospedar reuniões com até 10 mil espectadores ou 250 visitantes em um único domínio gratuitamente: <https://hangouts.google.com>



**JAPONESA.
130 ANOS.
UMA DAS MAIORES
SEGURADORAS
DO MUNDO.
ESSA É A SOMPO
SEGUROS.**


Presente em mais de 30 países, a Sompo Seguros oferece em seu portfólio o Seguro Empresarial, com mais de 70 coberturas desenvolvidas para pequenas, médias e grandes empresas de serviços, comércio e indústria, além de um suporte completo e especializado:

- ☑ Renovação simplificada com a ferramenta Renova Fácil;
- ☑ Acompanhamento, inspeção e gerenciamento de riscos;
- ☑ Assistência 24 horas com diversas opções de serviços.

www.sompo.com.br

 **SOMPO HOLDINGS**
A Three Pillars for Security, Health & Wellbeing

PROCESSO SUSEP Nº 15414.004605/2004-17. O REGISTRO DESTES PLANOS NA SUSEP NÃO IMPLICA, POR PARTE DA AUTARQUIA, INCENTIVO OU RECOMENDAÇÃO À SUA COMERCIALIZAÇÃO. CNPJ: 61.383.493/0001-80

 **SOMPO
SEGUROS**

A SEGURADORA FAIXA-PRETA.