

ACONSEG SP

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



19 anos de Aconseg-SP

Confraternização celebra o aniversário e as conquistas de 2022

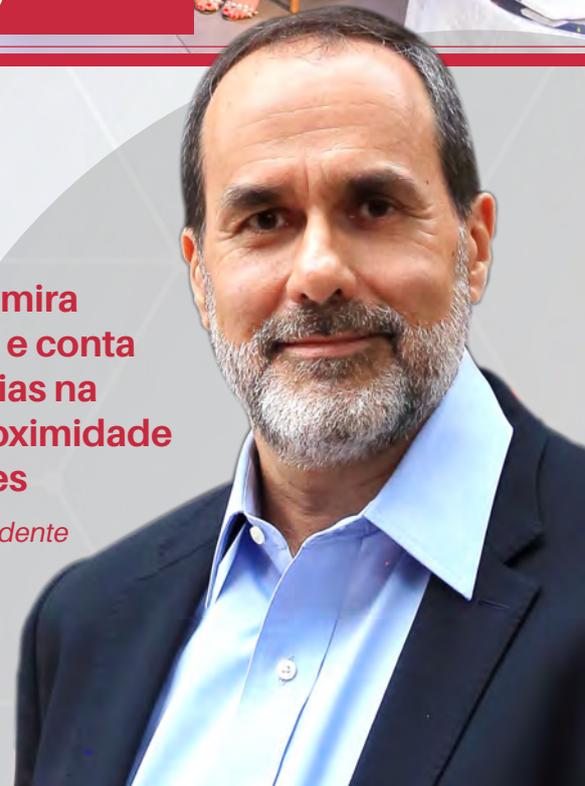
Md&T

Quarta edição do evento aborda APIs, Metaverso e Venda Digital de Seguros

Entrevista

Sompo Seguros mira em novos ramos e conta com as assessorias na estratégia de proximidade com os corretores

Alfredo Lalia Neto, presidente da Sompo Seguros



Corretor, prepare-se para o mercado com a Universeg.

Conte com a plataforma de treinamento pensada especialmente para ampliar seus conhecimentos e prepará-lo ainda mais para os desafios do mercado.

universeg

Acesse* e confira:



*Acesso exclusivo para Corretores credenciados à Bradesco Seguros.

Acesse também o Instagram da Bradesco Seguros para Corretores. @comvocecorretor



bradesco
seguros

Com Você. Sempre.

Chegamos à 60ª edição

Fechamos o ano de 2022 com 60 edições da Revista da Aconseg-SP, um trabalho de comunicação que não somente se tornou fonte de informação, como contribuiu para solidificar a nossa imagem para todo o mercado de seguros.

A sigla do momento é ESG ou ASG. O foco na gestão dos pilares Ambiental, Social e Governança e a contribuição efetiva para o desenvolvimento sustentável é crescente e presente nas decisões de grupos empresariais de todos os segmentos. Entendemos que Seguros é um dos principais, justamente porque a sua atuação está intrinsecamente ligada a riscos.

Como tudo o que está ligado ao setor tem uma participação importante do corretor de seguros, convidamos quatro companhias parceiras para relatar o valor atribuído à marca de suas ações voltados a ESG que impactam positivamente os segurados e também a sociedade.

Com novos agentes explorando o mercado é importante o corretor de seguros assumir um papel de conselheiro financeiro.

Também é essencial que o corretor esteja sempre atento ao perfil dos consumidores, que muda cada vez mais rápido devido à constante transformação digital que vivemos. Pensando nisso, nossas assessorias têm investido em qualificação, inclusive por meio da participação em eventos promovidos por nós,

como o fórum de Marketing Digital e Tecnologia (Md&T), realizado já pelo quarto ano consecutivo.

Na nossa versão digital da Revista é possível conferir a última edição do caderno sobre a atuação das assessorias em seguros quando o assunto é marketing digital e treinamentos.

Seguimos para 2023 munidos de um histórico de conquistas para continuarmos a nossa trajetória ascendente. Juntos, nós assessorias, corretores, seguradoras, operadoras e empresas prestadoras de serviços, ampliaremos a proteção securitária na sociedade brasileira.

Um forte abraço e um Natal abençoado a todos!



Helio Opipari Junior
Presidente da Aconseg-SP



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 Benedito | www.comlactive.com.br | roberto@comlactive.com.br | (11) 3293-0777 | (11) 99314-4825
Assecor | Lucas Camillo | camillo@assecor.com.br | (11) 99965-9671
Axpert | Juliana Santos | jsantos@axpert.com.br | (11) 99267-5275
Baeta | Luiz Philippe Baeta | baeta@baeta.com.br | (21) 99982-5551
Base | Marcos Scherer | marcos.scherer@suabase.com.br | (11) 98685-2695
C4 | Armando Semegnin | 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
Cobroker | Vanessa Mendes | vanessamendes@cobroker.com.br | (11) 97374-9090
Continental | Luiz Gustavo / Liza Maria / Angela Maria | www.continentalservicos.com.br | angelamaria@ | (11) 9 7125-1615 - (11) 98426-3593 - (11) 98312-0078
Copasul | Marcos Colantonio | www.copasulassessoria.com.br | marcos@copasulassessoria.com.br | (11) 2672-6575
Futura união | Marcos Holanda | marcos.holanda@futurauniao.com.br | (11) 3661-4491
F. Luvisi | Fabio Luis | fabioluis@luvisi.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 | www.genebra.com.br | (11) 3106-6961
Hits | 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 | 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) 3638-3400
Personal Prev | Milton Ferreira | www.corretortokio.com.br | contato@corretortokio.com.br | (11) 99221-7174
Prestopower | Arsenio Lelis | www.prestopower.com.br | prestopower@prestopower.com.br | (11) 99191-1662
Ragaz | Leonardo Sardinha | www.ragaz.com.br | leonardo.sardinha@ragaz.com.br | (11) 3981-2776
Renaseg | Alberto Novais | www.renaseg.com.br | diretoria@renaseg.com | (16) 9 9245-0813 / (16) 99792-0813
Rizk & Almeida | Renata Depercia | www.rizkealmeida.com.br | renata@rizkealmeida.com.br | (11) 98544-7534
R&S | Rogério Ruano Neto | ruanoneto@hotmail.com | (19) 3453 5276 / (19) 2114 3240
Rubens de Almeida | Gustavo Gimenez | www.rizkealmeida.com.br | (11) 96262-7649
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 | www.vitoriaassessoria.com.br | (19) 32555014 / (19) 992104819
WL | Wilson Lima | www.wlseguros.com.br | (11) 99659-7017



Uma seguradora mais simples e próxima dos clientes e corretores

Essa é ambição da Sompo para alcançar o propósito de 'gerar tranquilidade com excelentes soluções de seguros e serviços', segundo o CEO Alfredo Lalia Neto

Alfredo Lalia Neto
Sompo Seguros



A Sompo vendeu o seu braço de Saúde para a SulAmérica e a Linha de Varejo, que compreende os produtos dos ramos Automóvel, Vida, Empresarial (com limite máximo de garantia de até R\$ 30 milhões), Residencial e Condomínio para a HDI Seguros.

Segundo o presidente da Sompo Seguros, Alfredo Lalia Neto, a venda para a HDI é um processo que deve ser concluído somente em meados de 2023. Mas ele garante: até lá, nada muda, inclusive o modelo de distribuição. "Nada muda em relação à parceria com as assessorias de seguros. A companhia ainda segue atuando tanto na Linha de Varejo quanto na de Seguros Corporativos em 2023. Mesmo após o processo de venda da Linha de Varejo estar concluído, seguiremos com a parceria com as assessorias de seguros, que já atuam na distribuição de produtos do segmento Corporativo, vide o Seguro de Transporte, que é um produto no qual somos líderes de mercado e que hoje tem nas assessorias de seguros um dos seus canais de distribuição", comenta Lalia Neto.

Embora muitas mudanças estejam ocorrendo, elas não impactam parceria da Sompo. "A Sompo Seguros identifica sua proximidade com os parceiros corretores, plataformas e assessorias de seguros como um de seus pontos fortes e um

importante diferencial de mercado. Vamos seguir investindo nesse relacionamento para mantermos nossos canais qualificados de distribuição de nossos produtos", completa.

Segundo o presidente, as assessorias de seguros potencializam a abrangência da seguradora e são um elo importante da cadeia produtiva porque são representantes que mantêm a proximidade com o corretor de seguros de localidades em que a seguradora não pode estar. "A atuação das assessorias de seguros é essencial no processo de fomento de negócios e na atualização dos parceiros corretores de seguros sobre novidades do mercado e dos produtos das seguradoras", explica.

Atualmente, cerca de 10% da arrecadação total da companhia é gerada via Assessorias de Seguros. "O estado de São Paulo representa cerca de 33% da produção gerada por meio assessorias".



Mesmo após o processo de venda da Linha de Varejo estar concluído, seguiremos com a parceria com as assessorias de seguros, que já atuam na distribuição de produtos do segmento Corporativo, vide o Seguro de Transporte, que é um produto no qual somos líderes de mercado e que hoje tem nas assessorias de seguros um dos seus canais de distribuição"



Seguradora TOP 3

Segundo Lalia Neto, a Sompo tem como ambição “ser a seguradora mais simples e próxima para os clientes e corretores”, com crescimento sustentável. “É por meio dessa ambição que pretendemos alcançar nosso propósito de ‘gerar tranquilidade com excelentes soluções de seguros e serviços’”, informa Lalia Neto.

De acordo com ele, com a especialização em determinados ramos nos quais a companhia tem mais expertise de precificação, apetite de risco e conhecimento internacional, a Sompo pode atingir a diversificação e ser mais eficiente na subscrição e gestão dos riscos. “Nossa intenção é alcançar um crescimento entre 20% e 25% anuais nos próximos quatro anos”.

O presidente diz que a estratégia da companhia para se manter entre as Top 3 e conquistar mercado nos novos nichos que passará a atuar é explorar os pontos fortes por meio dos quais são reconhecidos pelo mercado. “Tais como a especialidade em gerenciamento de risco, equipe comercial formada por especialistas que prestam suporte muito próximo aos corretores e assessorias de seguros parceiros”, conta Neto, que ainda cita o conhecimento de profissionais com experiência em diferentes segmentos de mercado, a exemplo do Automotivo, Energia (Geração e Distribuição), Energia Renovável, Petróleo & Gás, Varejo, entre outros. “Além disso, a expertise e atuação conjunta da Sompo International nos trazem ainda mais capacidade para alcançar nossos objetivos”, completa.

A seguradora também segue com as estratégias de estar entre as companhias de destaque na área de Seguros Corporativos, por meio da qual atua nos ramos Transportes, Riscos Nomeados e Operacionais, Riscos de Engenharia, Lucros Cesantes, Compreensivo Empresarial (com Limite Máximo de Garantia superior a R\$ 30 milhões), Responsabilidade Civil Geral, Garantia, Fiança Locatícia, Riscos Diversos - Equipamentos, Agrícola, Penhor Rural e Benfeitorias. “Além desses ramos, devemos investir em ramos de Responsabilidade Civil como E&O, D&O e Riscos Cibernéticos”.

Estrutura comercial

“Nossa área comercial, responsável pelo relacionamento com os corretores de seguros já conta há certo tempo com equipes especializadas nas linhas de Varejo e Seguros Corporativos”, conta.

O presidente da companhia explica que essa estruturação foi feita para garantir que os parceiros tenham um atendimento dedicado e um suporte técnico mais assertivo dos executivos, que são especialistas nos ramos que atendem. “Dessa forma, nos próximos meses, o atendimento aos corretores de seguros continua o mesmo. Quando o foco for a prospecção, venda ou atendimento de clientes de Varejo, os especialistas nessa área prestarão suporte. Já quando o corretor de seguros tiver de tra-



- **10%** da arrecadação total da companhia é gerada via Assessorias de Seguros
- São Paulo representa cerca de **33%** da produção gerada por meio das assessorias
- Ramos Corporativos representam **9%** da arrecadação gerada por meio das Assessorias de Seguros

tar de assuntos relacionados a um ramo dos Seguros Corporativos, os especialistas dessa linha de negócios é que entram em campo”, esclarece.

“Nossa estratégia é alcançar crescimento com resultados operacionais significativos. Os nossos contratos com os resseguradores sempre foram rentáveis. Por isso, temos margem de negociação. Também temos o suporte da Sompo International, que atua na área de resseguros no exterior. Esses fatores nos dão uma margem competitiva para inovar na modelagem de contratos para riscos complexos. Também vamos investir muito na área de gestão de riscos”, acrescenta.

Segundo Neto, há anos a Sompo Seguros busca estimular os parceiros corretores de seguros que atuam por meio das assessorias a investir na diversificação de produtos, adotar técnicas de cross selling e upselling, entre outras ferramentas para rentabilização da carteira. “Para isso, promovemos encontros, seminários e cursos sobre os diferentes ramos de seguros, sinistros em ramos específicos, entre outros temas. Tanto é que, ao contrário do que se possa pensar, as assessorias parceiras não atuam somente com os ramos ligados à Linha de Varejo da companhia. Hoje, os ramos Corporativos representam 9% da arrecadação gerada por meio das Assessorias de Seguros, por exemplo”.

A seguradora ainda conta com uma área específica responsável pela gestão do relacionamento e pela estratégia comercial global desenvolvida para as assessorias de seguros. “Nossa equipe dessa área trabalha de forma muito próxima às assessorias parceiras em todo o Brasil. Por meio dessa área, desenvolvemos ações focadas no fomento de negócios para os corretores que atuam por meio das assessorias. Também prestamos todo o suporte para que os corretores possam investir em novos segmentos de negócios por meio de treinamentos, suporte ao fechamento de negócios etc”.



Práticas alinhadas ao propósito

Uma sociedade mais justa, transparente e que use os recursos naturais de forma responsável são alguns objetivos das companhias que investem em ações de ESG e, como consequência, aumentam a percepção de valor da marca

Há anos o mercado de seguros mantém ações voltadas para a sustentabilidade e responsabilidade social. Afinal, muitas questões impactam as mudanças climáticas e, conseqüentemente, a atividade securitária. Antes mesmo da circular Susep nº 666/2022, muitas companhias já haviam criado as suas ações de ASG ou ESG, na sigla em inglês.

A sigla do momento abrange as ações voltadas para meio ambiente, questões sociais e governança corporativa. Como as ações de ESG impactam diretamente a sociedade, elas geram benefícios para a sociedade e também uma percepção maior de valor da marca.

“O conceito de ESG é a palavra de ordem no mundo corporativo na atualidade, mas não pode ser visto e usado como uma ação de marketing. E, sim, como uma forma de repensar todo o negócio, visando reduzir ao mínimo possível os impactos ao meio ambiente e utilizar os melhores processos de administração para a construção de uma sociedade mais justa e responsável”, define Carolina Lorenzatto, diretora-executiva Comercial e de Produtos da Amil.

Geração de valor

“A SulAmérica é uma empresa centenária, que evoluiu continuamente, mas manteve-se sempre fiel à sua essência de cuidar das pessoas. E essa premissa inclui princípios ESG, quando nos comprometemos a entregar saúde de forma mais ampla e integral para pessoas, clientes e beneficiários - olhando os aspectos físicos, emocionais e financeiros”, destaca Marcelo Mascaretti, diretor de Vida, Previdência e Investimentos da companhia.

Segundo Carolina, o conceito de ESG conecta-se à própria missão da Amil e do UnitedHealth Group Brasil, companhia que controla a operadora de saúde, de ajudar as pessoas a viver de forma mais saudável e contribuir para que o sistema de saúde funcione melhor para todos. Em julho deste ano, o UnitedHealth Group Brasil divulgou seu primeiro relatório no modelo ESG, que permite uma autoavaliação dos compromissos ambientais, sociais e de governança que a empresa abraça.

“Temos fortalecido cada vez mais a nossa agenda ESG por meio da iniciativa Tokio ESG. Com o objetivo de compilar, propor e disseminar boas práticas e novas ideias baseadas em ESG, a Tokio Marine conta, inclusive, com um time multidisciplinar, formado por colaboradores de diferentes áreas. A constituição desse grupo faz parte de uma estratégia abrangente, que ga-

nhou a assinatura Tokio ESG, e está inserida no propósito da companhia de contribuir para a construção de uma sociedade mais justa, transparente e que use os recursos naturais de forma responsável”, explica Luciana Amaral, diretora de Pessoas, Planejamento e Sustentabilidade.

Para Valdirene Soares Secato, diretora de Recursos Humanos, Ouvidoria e Sustentabilidade no Grupo Bradesco Seguros, a agenda ASG não é apenas mais uma tendência de mercado. “A sociedade está cada vez mais interessada em saber de que maneira as instituições investem e monitoram as questões que englobam aspectos socioambientais e climáticos, prezando pela qualidade e transparência das informações. Vale mencionar que o novo perfil de consumidor privilegia companhias verdadeiramente sustentáveis”.

Segundo ela, a inclusão dos critérios socioambientais e climáticos possibilitam uma visão mais assertiva das empresas, contribuindo para decisões eficientes no setor, ao mesmo tempo em que minimiza eventuais riscos relacionados aos fatores ambientais, sociais e de governança corporativa.

Atributo de marca

“Ajudar as pessoas a viver de forma mais saudável significa, para o UnitedHealth Group e para a Amil, contribuir para uma sociedade mais justa. Por isso, a equidade de oportunidades para os grupos minoritários ocupa um papel de destaque na agenda de pessoas da organização, sejam clientes ou colaboradores, já há alguns anos”, explica a diretora da Amil, que cita como exemplo o fato de a Amil ser a primeira operadora de saúde do Brasil, em 2018, a realizar a mudança do nome na carteirinha do plano de um cliente transgênero.

De forma geral, os consumidores estão buscando, para além do produto, o propósito das marcas. “Nesse sentido, as ações de ESG são um ativo de grande importância”, observa Luciana Amaral.

Valdirene lembra que ASG permeia de forma transversal os negócios e ações do Grupo Bradesco Seguros por meio de um conjunto de boas práticas que geram valor a todos os públicos



Carolina Lorenzatto
Amil



Luciana Amaral
Tokio Marine

com os quais se relaciona. “Os consumidores hoje estão muito mais ligados ao propósito das marcas, e adquirem produtos e serviços com empresas que compartilham de seus valores. Ações de ASG beneficiam os consumidores e empresas, contribuindo para o desenvolvimento sustentável”.

Apoio no argumento do corretor

Na visão de Carolina, empresas que adotam e cumprem as boas práticas de ESG correm menos riscos, por exemplo, de enfrentarem problemas legais ou trabalhistas, de estarem sujeitas a fraudes e ou de sofrerem ações por impactos ao meio ambiente. “Dessa forma, cuidam de sua imagem e reputação. Ao tornar público o seu Relatório de ESG, o UnitedHealth Group Brasil e a Amil permitiram que todos que se relacionam com a companhia, inclusive os corretores, se tornem colaboradores ativos de sua jornada para a construção de um país mais justo e sustentável e possam acompanhá-



Marcelo Mascaretti
SulAmérica



Valdirene Soares Secato
Grupo Bradesco Seguros



-la e divulgá-la para clientes novos e antigos”, argumenta.

Luciana observa que o mercado segurador tem demonstrado ao longo dos anos que está acompanhando as demandas da sociedade e as novas formas de negócios que vêm surgindo. “Especificamente em relação à pauta ESG, a expertise das seguradoras na oferta de produtos cada vez mais aderentes às novas exigências dos consumidores também faz com que surjam oportunidades para os corretores de seguros”, diz a diretora que cita como exemplo o boom da energia solar no Brasil e, com isso, novas operações, e consequentemente, oportunidades de negócios, estão despontando. “As seguradoras estão preparadas para atender esse mercado e os corretores de seguros e assessorias também, já que exercem o papel de especialistas e consultores dos produtos”.

Ações

Olhar além do lucro, capacitar os colaboradores e cumprir os compromissos firmados são os pilares da filosofia “Good Company”, disseminada pelo Grupo Tokio Marine em todas as suas subsidiárias, localizadas nos 46 países em que está presente. O conceito se traduz em uma forma única, responsável e sustentável de conduzir os negócios e de fazer a diferença nas comunidades nas quais atua.

Na prática, esse posicionamento tão sólido ganha ainda mais força graças a uma série de iniciativas nos campos ambiental, social e de governança. Só no Brasil, a Tokio Marine Seguradora já desenvolve muitas práticas ESG e conta com uma agenda a ser ampliada de forma significativa nos próximos anos.

“Por estar sempre na vanguarda do segmento, a SulAmérica se consolidou como uma das empresas mais inovadoras do mercado de seguros, e que se compromete com a agenda ESG e coloca em prática essas ações. O cliente percebe e valoriza essa característica da companhia. Isso se reflete na geração de novos negócios no dia a dia do corretor”, diz Mascaretti.

Segundo ele, o processo de emissão digital é um exemplo de geração de valor para corretores e clientes. “Por meio de uma ferramenta de cotação inovadora, a companhia proporciona uma experiência completa e dinâmica aos corretores, que além de reduzir o tempo médio de análise das propostas em mais de 40%, em relação ao período pré-pandemia, para o cliente, traz uma melhoria de experiência, alavancando assim novos negócios de forma ágil e sustentável”.

Considerando os principais desafios e tendências da agenda de sustentabilidade a Bradesco Seguros direciona o tema através de seis pilares. São eles: 1) Negócios Sustentáveis; 2) Inovação; 3) Mudanças Climáticas; 4) Diversidade e Inclusão; 5) Investimento Social; 6) Clientes.

Alinhada à nova agenda, a empresa do Grupo Segurador criou dois fundos de previdência aderentes ao conceito ESG: ‘Bradesco Princípios ESG Global Fixed Income Crédito Privado PGBL/VGBL’ e ‘Bradesco Princípios ESG Equities Global PGBL/VGBL’. “Os novos produtos abraçam os princípios éticos e as boas práticas de sustentabilidade”, destaca Valdirene.



Seguro é investimento

O corretor de seguros é um consultor que pode e deve ajudar seus segurados. Nos casos em que não puder atuar diretamente, ele pode aconselhá-lo



Os corretores vêm acompanhando todas as mudanças e a evolução do mercado de seguros e podem atuar como agentes de proteção e consultores, apoiando clientes no planejamento financeiro.

“Ele desempenha um papel fundamental para fortalecer a correta ideia de que o seguro é sim um investimento, no qual a pessoa investe um pouco hoje para que ela ou seus entes queridos colham esses frutos do preparo no futuro. E ter essa segurança é a base para a educação financeira. Portanto, o corretor assume aqui um papel de buscar opções de investimento para o segurado”, descreve Leonardo Freitas, diretor de Organização de Vendas do Grupo Bradesco Seguros.

Nesse aspecto, o seguro é um item que pode ser inserido no planejamento financeiro e que oferece benefícios tanto a curto quanto a longo prazo. “Em tempos de crise, ele pode assumir um papel ainda mais importante, como um investimento essencial”, acrescenta Freitas.

“O corretor é o nosso parceiro no relacionamento com o cliente, é ele quem tem o conhecimento sobre as necessidades do segurado e pode oferecer as melhores opções de produtos e serviços de seguros adequados ao momento de vida de cada um. Por isso, incentivamos esse movimento dentro da companhia”, defende Luciano Lima, diretor comercial da SulAmérica.

Para Alessandro Priuli, diretor Comercial SP Capital da Tokio Marine Seguradora, quanto mais informado sobre produtos, serviços e seus benefícios, mais apto o corretor estará para diversificar o mix de produtos de sua carteira, aperfeiçoar os argumentos de venda e, principalmente, oferecer a melhor opção para os clientes dentro daquilo que eles precisam e de acordo com as suas necessidades financeiras. “Ao ter esse conhecimento mais amplo, o corretor pode oferecer diferentes produtos que se complementem, possibi-

litando uma melhor proteção e segurança financeira aos segurados”.

Conhecimento e incentivo

O diretor da Tokio Marine destaca que os clientes estão cada vez mais exigentes e buscam produtos e atendimentos personalizados que agreguem valor na relação de consumo. “Para se consolidar como consultor financeiro do segurado, o corretor deve procurar se atualizar constantemente sobre os produtos e o mercado como um todo, além das novidades digitais e inovações que são oferecidas para eles no que diz respeito a treinamentos, atendimento ao cliente e vendas”, diz Priuli.

Freitas também afirma que para o corretor possuir as ferramentas necessárias para ajudar na educação financeira do segurado, é preciso, antes de tudo, preparo. O Grupo Bradesco Seguros oferece a Universeg, plataforma on-line com conteúdos dedicados à capacitação de profissionais do mercado segurador.

Na SulAmérica, por exemplo, para que o corretor possa oferecer além da cobertura do seguro, ele precisa passar por um treinamento sobre planejamento financeiro que garante uma certificação interna. “Esse curso preparatório é gratuito e está disponível na PRASaber, a Escola de Negócios da SulAmérica. Ao final do processo, o profissional se torna um Corretor Consultor IndicaSAS e passa a oferecer aos clientes a assessoria de investimentos da Órama. A participação do corretor como consultor IndicaSAS permite ter uma visão 360º do cliente SulAmérica, e isso é parte essencial para contribuir também com a saúde financeira dele”, explica Lima, ao lembrar que o corretor não se torna um consultor financeiro, mas começa a colocar em seu discurso a importância de ter investimentos, recomendando a assessoria da Órama, empresa da qual a SulAmérica tem 25% de participação.



Leonardo Freitas, Grupo Bradesco Seguros



Luciano Lima, SulAmérica



Alessandro Priuli, Tokio Marine

TÁ COM A TOKIO? SEU CLIENTE VIAJA TRANQUILO!

CHEGOU O SEGURO VIAGEM INTERNACIONAL

Cobertura de quem tem
tradição centenária de cuidado
com seus Segurados:



Atendimento médico via vídeo,
consulta 24h em português.



Ampla rede credenciada de
hospitais no mundo inteiro.



Cobertura para COVID-19.



Cobertura para extravio
e atraso de bagagens.

CUPOM DE
LANÇAMENTO

**40%
OFF**

LANCAMENTO40

Mais um produto do Programa Negócios Digitais. Aderindo ao Programa, você ganha comissão sem esforço operacional e sem nenhum custo para a Corretora.

**SEU CLIENTE VIAJA TRANQUILO
E VOCÊ AUMENTA SEUS LUCROS!**

Quer saber mais?
Fale com o seu
Gerente Comercial.



tokiomarine.com.br



Tokio Marine Seguradora



[/TokioMarineSeguradora](https://www.facebook.com/TokioMarineSeguradora)



[tokiomarineseguradora](https://www.instagram.com/tokiomarineseguradora)



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA



Assessorias ajudam seguradoras a melhorar eficiência

Presidente da Sompo participa de almoço da Aconsej-SP, fala da venda das carteiras para a HDI e resalta a importância das assessorias

A Sompo Seguros vendeu suas carteiras de Automóvel (frota e individual), Vida e Massificados para a HDI Seguros. Com isso, a companhia não opera mais no varejo. Segundo o CEO da Sompo, Alfredo Lalia Neto, com a mudança de estratégia de negócio houve a preocupação de encontrar uma companhia que desse continuidade ao atendimento.

“A HDI é uma companhia que tem bastante apetite pelo varejo e sabemos que não haveria nenhum problema de solução de continuidade, porque a estratégia é muito parecida”, explicou o CEO da Sompo durante almoço realizado pela Aconsej-SP, em outubro, no Terraço Itália, que contou com a presença da diretoria da companhia.

A Sompo irá trabalhar em novos ramos a partir de 2023. A companhia mantém a atuação em Transportes, Máquinas e Equipamentos, Agrícola, Property, Riscos de Engenharia, RC e Garantia, além de anunciar a atuação com os seguros de D&O e E&O, e Cyber. “Mudamos o foco e vamos trabalhar com negócios mais focados em ramos comerciais e Agro. Seremos uma companhia de atacarejo. Queremos alavancar muito no conhecimento da Sompo, tanto na Europa

como no Japão para continuar crescendo”, enfatizou o CEO.

Nessa estratégia, de acordo com ele, as assessorias em seguros são peças fundamentais. “As assessorias são uma forma de nos ajudar na busca de eficiência. Continuaremos com as assessorias que tenham mais DNA para esses ramos”.

A Sompo é uma seguradora de US\$ 45 bilhões em prêmios de seguros no mundo, sendo 60% no Japão. “A Sompo percebeu que o Japão é um país cuja população vem decrescendo, o que dificulta a expansão do PIB. A estimativa é que o Japão, hoje, com 140 milhões de habitantes, pode chegar a 110 milhões em 2050. Por isso, a Sompo decidiu investir no exterior, principalmente na Europa com a compra de algumas resseguradoras. Decidimos que, no Brasil, a Sompo deveria alavancar na capacidade de resseguro e de conhecimento de risco da resseguradora”.

Em quatro anos, a companhia quer atingir novamente os R\$ 4 bilhões que possuía antes da venda das carteiras. Para isso, segundo o executivo, a companhia terá que crescer entre 20% a 25% ao ano. “Vamos prezar pelo resultado, mas queremos crescer bastante. Iremos alavancar os negócios com a Sompo Internacional”.

Parceria

“Hoje é uma confraternização e também um agradecimento a vocês pela parceria e pela forma como conduzem. Temos uma relação muito direta e isso tem feito com que evoluamos da melhor forma”, destacou Rogerio Santos, diretor comercial da Sompo Seguros.

“Temos que mostrar o quanto é importante a Aconsej no mercado paulista”, comentou Fernando Grossi, diretor executivo comercial da Sompo Seguros, ao lembrar que, no ano passado, depois de uma reunião, a companhia melhorou a tabela de remuneração. “Crescemos bastante nesse último ano e entregamos objetivos. Criamos uma área na matriz, que quem cuida é o Marcos Evangelista. Comemoramos um ano difícil mas nosso mercado mostra força e resiliência”.

Apesar das dificuldades enfrentadas pelo mercado durante a pandemia, o CEO da Sompo destacou a melhora da qualidade de atendimento das companhias. “Todas as seguradoras buscam um pouco mais de eficiência e trabalhar com as assessorias ajuda nessa jornada. Devemos fazer mais de R\$ 100 milhões de produção nesse canal somente em São Paulo”, disse o CEO da Sompo.

Mudamos o foco e vamos trabalhar com negócios mais focados em ramos comerciais e Agro. As assessorias são uma forma de nos ajudar na busca de eficiência. Continuaremos com as assessorias que tenham mais DNA para esses ramos”

Alfredo Lalia Neto, CEO da Sompo Seguros

CONHEÇA A



E AUMENTE SUAS VENDAS!

A **Ituran** é sua parceira de negócios para não perder mais vendas. Com a **Ituran** você tem opções para atender as necessidades de seus clientes: do básico ao seguro completo!

CONFIRA AS VANTAGENS DE TRABALHAR COM A ITURAN



TRATAMENTO DIFERENCIADO

A Ituran possui uma equipe de atendimento especializada para te dar todo o suporte que precisar.



SEGURO EM 12X SEM JUROS

O seu cliente paga o seguro mensalmente, mas você recebe a comissão antecipada e integral.



INTEGRAÇÃO COM OS PRINCIPAIS MULTICÁLCULOS

A Ituran está integrada com os maiores multicálculos do mercado: Teleport, Quiver, Supercálculo, Admseg e Agger.



SEGURO COMPLETO

Com o Ituran com Seguro o seu cliente pode ter o seguro completo ou escolher apenas as coberturas que desejar.



SEGURO TAMBÉM PARA MOTOS

Trabalhamos também com motos, cote com a Ituran e não perca mais vendas.

Seguro do seu jeito, na ITURAN tem jeito!



Conexões para o desenvolvimento de negócios

4ª edição do evento de Marketing & Tecnologia aborda as facetas do futuro digital para os corretores

A quarta edição do evento de Marketing Digital e Tecnologia (Md&T), promovido pela Aconseg-SP pelo quarto ano consecutivo, durante três dias, destacou papel dos profissionais na venda de seguro digital e lançou reflexões sobre a atuação dos players do mercado de seguros no metaverso.

“Sentimos uma aceleração muito forte por parte das seguradoras em seus processos, sistemas e desenvolvimento de novos produtos. Estamos no momento de discutir mais essa conexão, na qual nós, seguradoras, corretoras e assessorias podemos desenvolver mais os novos negócios”, disse Helio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP.

“Acredito muito fortemente que nós, empresas de gestão e ERP, seremos um comunicador entre as empresas e o mercado”, destacou Charles Poltronieri, CEO da Infocap TI, sobre a Interface de Programação de Aplicativos (APIs). “É notória a importância das assessorias para poder integrar os seus dados com as seguradoras porque embaixo do seu guarda-chuva estão os corretores, ansiosos por informações e dados relevan-

tes que as assessorias podem passar”, completou.

Venda digital

“Não vejo a venda sem o corretor de seguros. A HDI Seguros não vende sem o corretor. O phygital é o que o corretor já faz hoje. Os clientes adoram personalização. O mistério está em como colocar esse relacionamento um a um e tento ganhar um pouco de escala”, argumentou Eduardo Dal Ri, presidente da HDI Seguros.

“Sempre acreditamos na relevância do corretor como consultor e distribuidor dos nossos negócios. O que temos são iniciativas para aprender em canais e trazer a informação para o corretor para que ele possa se servir dos dados e oportunidades para gerar mais negócios com seus próprios clientes”, defendeu Karine Barros, diretora executiva comercial da Allianz Seguros.

Flávio Otsuka, diretor de Estratégia de Crescimento e Marketing da Tokio Marine, aproveitou para destacar que venda digital não é venda direta. “Às vezes, esses conceitos se confundem. Os processos têm que ser digitais para criar uma jornada com menos atrito para o consumidor”, disse.

Marcelo Mello, VP da SulAmérica, também afirmou que a seguradora não tem planos de vender seus produtos de forma direta. No entanto, o setor deve trabalhar para levar uma experiência semelhante à de outros setores. “Precisamos melhorar as jornadas e focar para que a experiência do corretor seja facilitada, para ele conseguir vender e cotar um seguro em dois ou três cliques, da mesma forma



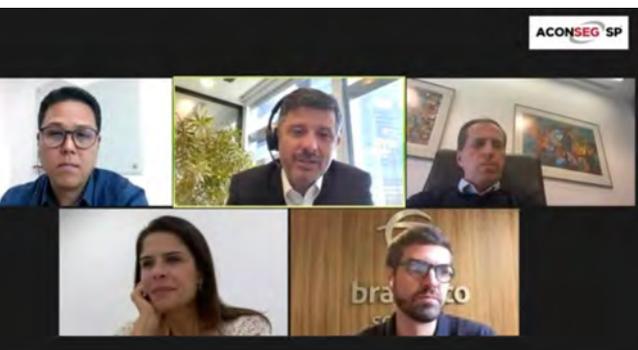
que uma Amazon vende para o cliente final, ele precisa ter a experiência facilitada”, completou Fabio Dragone, diretor de Inovação e CX da Bradesco Seguros.

Metaverso

Helio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP, apresentou o tema Metaverso, como instigante. “Às vezes, ficamos em dúvida sobre as aplicações do metaverso, mas vemos que é algo que veio para ficar. Uma das big techs, o Facebook mudou seu nome para Meta. Isso mostra o que vem pela frente. Quando apareceu o assunto metaverso, muitos de nós imaginávamos que era mais um game, mas com certeza temos grandes oportunidades e perspectivas para o nosso mercado”, destacou.

Quem ministrou uma aula sobre o assunto foi Maurício Kikuchi, CIO da Ituran Brasil e membro do Conselho Consultivo da Ituran-Mob. “A jornada de atendimento da assessoria, migrará para o metaverso? Os treinamentos poderão ocorrer nesse ambiente? A jornada de seguro poderá ser feita no metaverso? Em 10 anos, haverá pessoas com carros próprios? Qual é a porcentagem da população que vai andar de carro, se o metaverso for um negócio maravilhoso? Se o metaverso for muito bom, sairemos às ruas?” convidou à reflexão Kikuchi.

Acesse ao conteúdo na íntegra



Pelo 7º ano, desempenho das assessorias registra crescimento acima do mercado

Relatório da Aconseg-SP aborda estágio do uso da tecnologia e do marketing aplicado pelas assessorias no atendimento aos corretores, que agora somam 35 mil profissionais cadastrados

Com 42 assessorias associadas e 35 mil corretores de seguros cadastrados, a Aconseg-SP figura entre as entidades mais relevantes do mercado de seguros. Atualmente, as assessorias são responsáveis pela produção de R\$ 2,5 bilhões de prêmios por ano.

Conforme o 7º Relatório da Aconseg-SP – O mercado de assessorias e consultorias no Estado de São Paulo, cerca de 65% dos prêmios são oriundos da capital e os demais estão diluídos entre interior e fora do Estado.

Os ramos mais importantes continuam sendo o Automóvel (51%), Saúde (38%), Ramos Elementares (7%), Seguros de Pessoas (3%) e os demais (1%).

O Relatório aponta a recuperação do ramo Automóvel que, por um certo período, permaneceu em um patamar sem grandes avanços.

“Em 2016, quando esse estudo começou a ser realizado, 58% dos prêmios das afiliadas vinham do seguro de Automóvel e 31% do segmento Saúde. Desde então, na década passada, o mercado das filiadas em termos de proporção dos ramos foi se transformando. O Automóvel foi perdendo importância relativa, ao contrário do ramo Saúde. Registramos também o aumento na carteira de Pessoas, mas em valores absolutos bem menores”, observa o autor do Relatório, Francisco Galiza.

No 2º semestre de 2020, em um momento crítico da pandemia, com a mobilidade das pessoas bastante reduzida, e a maioria das pessoas em casa, a participação dos dois ramos principais (Automóvel e Saúde) chegou a ser praticamente idêntica, 45% em cada um. “Desde então, porém, com a diminuição dos

42 assessorias filiadas
R\$ 2,5 bilhões de prêmios por ano
35 mil corretores cadastrados

Produção

51% Automóvel
38% Saúde

Acesse a íntegra do Relatório



efeitos da pandemia, o ramo Automóvel veio recuperando aos poucos a sua posição anterior, mas ainda sem atingir o nível existente no meio da década passada”, completa.

Vale ressaltar que, embora a produção do ramo de Pessoas seja de 3%, ele já representa um montante de cerca de R\$ 75 milhões em prêmios.

Em 2022 também é destaque a conquista de novas seguradoras parceiras.

Tecnologia

Entre as tecnologias e ferramentas mais utilizadas estão o WhatsApp corporativo e e-mail nuvem, ambos com um bom grau de satisfação. A maioria das assessorias considera importante o ERP com CRM, plataforma de treinamento e multicálculo.

Marketing

O Relatório aponta que aproximadamente 45% das assessorias têm uma estrutura interna de marketing, enquanto outras 40% contratam uma agência externa. Entre as ferramentas mais usadas estão CRM, edição de imagem, e-mail marketing e redes sociais. “As ferramentas que geram leads para clientes e corretores praticamente não são usadas”, comenta Galiza.

Tendências

O estudo aponta que há uma forte expectativa entre as assessorias que os corretores usarão, cada vez mais, a tecnologia. “Em um nível também alto, mas levemente inferior, está a crença do crescimento da contratação digital de seguros”.

Contudo, as assessorias filiadas à Aconseg-SP representam 6% do mercado paulista de seguro de Automóvel e 3% do seguro Saúde. O cenário é de otimismo e de um setor que tem crescido acima da média do segmento de seguros.

“Com toda a certeza e sem falsa modéstia, a força e a imponência das assessorias em seguros é fruto do trabalho de todas em conjunto sob o guarda-chuva da Aconseg-SP. É importante entender a nossa crescente participação na indústria de seguros, reconhecer nossos pontos fortes e ter o conhecimento das frentes com potenciais de negócios”, destaca o presidente da Aconseg-SP, Helio Opirari Junior.



19 anos com muita credibilidade

Neste ano, a confraternização da Aconseg-SP teve um valor especial, não apenas pela comemoração de mais um ano, mas, sobretudo, pelo prestígio conquistado junto aos corretores, parceiros de seguradoras, operadoras e empresas prestadoras de serviço.

Representantes de 42 assessorias brindaram o excepcional ano de 2022 com lideranças de mercado e executivos das companhias parceiras. "Apesar dos desafios trazidos pela pandemia, os últimos anos foram divisores de água para o posicionamento das assessorias no mercado nacional de seguros. Foi um dos períodos em que a união, o trabalho em parceria, o valor do corretor e a importância da proteção securitária foram elevados a outro patamar", sintetizou Helio Opirari Junior, presidente da Aconseg-SP.



"As assessorias são o maior canal de distribuição do Brasil"
| Ricardo Montenegro, diretor financeiro da Aconseg-SP



"As assessorias cresceram 30% em 2022, bem acima do mercado" | Jairo Christ, vice-presidente da Aconseg-SP



"A Suhai nasce, cresce e voa através das assessorias"
| Eduardo Grillo, diretor executivo comercial da Suhai



"A Companhia Excelsior parabeniza a Aconseg-SP pelo seus 19 anos, contribuindo para a profissionalização e o fortalecimento do mercado segurador de SP"
| João Carlos Inojosa, diretor comercial da Excelsior Seguros



"As assessorias nasceram na SulAmérica. A nossa filial de Assessorias é a segunda maior da companhia no país inteiro" | Luciano Lima, diretor comercial da SulAmérica



"Esse ano tivemos uma participação fantástica das assessorias. Entramos em 2023 de forma otimista e as assessorias terão um papel fundamental"
| João Luiz de Lima, diretor comercial da Tokio Marine



Amil inova para atrair mais corretores

A Amil disponibilizou uma nova ferramenta que possibilita o cadastro de corretores individuais em até 24 horas. A novidade faz parte de uma série de melhorias que a operadora vem fazendo no Portal dos Corretores com o objetivo de garantir mais agilidade nos processos de comunicação e de venda.

“Valorizamos muito o relacionamento com os nossos corretores e queremos atrair mais profissionais para se tornarem nossos parceiros. Estamos investindo cada vez mais no fortalecimento dessa relação, pois é por meio deles que conseguimos evidenciar as vantagens de ser cliente Amil”, reforça Carolina Lorenzatto, diretora Comercial e de Produtos da Amil.

Ampliação da plataforma de cotação 100% digital para seguro Automóvel

Em novembro, a Tokio Marine Seguradora anunciou a ampliação das ferramentas de seguros digitais para Automóveis e Motocicletas, o Auto Você Escolhe e Moto Você Escolhe. Por meio da iniciativa, o corretor de seguros poderá otimizar os processos de cotação com mais agilidade e autonomia e integrar o cotador on-line ao site de sua corretora, WhatsApp e em suas redes sociais, além de contar com comissão variável.

A ferramenta conta com até três opções de produtos com diversas ofertas de coberturas e assistências para que os clientes possam escolher as que mais se adequam a sua necessidade e ainda possui um sistema que busca o corretor mais perto por geolocalização na hora da cotação, caso o cliente não identifique seu corretor.



Campanha paga bônus no Vida



A Sompo Seguros lançou a campanha Fim de Ano Bonificado Sompo Vida.

Além do adicional de 100% de agenciamento garantido nas vendas dos produtos Sompo Vida Individual e Acidentes Pessoais, Sompo Vida Top Mulher, Sompo Vida PME Global e Sompo Vida PME Super Simples, o corretor de seguros pode também receber uma bonificação de até 10% caso alcance um aumento de, pelo menos, 20% em sua produção nos meses de novembro e dezembro,

em relação à média dos dez meses anteriores.

“Essa campanha também é uma prévia do que os corretores podem aguardar para 2023, já que, pela nossa avaliação, as perspectivas são de que seja um ano com ainda mais oportunidades de negócios nesse ramo”, diz Diana Aparecida de Araújo, superintendente Técnica de Vida da Sompo Seguros.

foto | Vanessa Serra



‘Pixel Learning’ para capacitação de corretores



Buscando otimizar as metodologias de aprendizagem e capacitação de seus parceiros de negócios, o Grupo Bradesco Seguros sai na frente com uma novidade em sua plataforma de cursos on-line Universeg: o ‘Pixel Learning’ - um formato rápido e ágil de aprendizagem. O nome desenvolvido pelo Grupo foi escolhido justamente pela relação de um pixel com o formato de conteúdos curtos, diretos e assertivos. As características desse novo formato são similares a uma tendência recente do mercado, a técnica ‘nanolearning’, que consiste em treinamentos de até dois minutos. Os conteúdos do Grupo são ainda mais sucintos e complementares. Assim como vários pixels que juntos constroem uma imagem, a ideia da seguradora é proporcionar a partir de pixels do conhecimento uma aprendizagem completa.

Parceria com Gympass para melhorar a saúde das pessoas

A nova promoção em parceria com o Gympass, denominada “Treinou, Ganhou”, é mais uma iniciativa da SulAmérica, que surgiu a partir de uma necessidade das pessoas e o que faltava para terem mais Saúde Integral. “O primeiro passo foi escutarmos mais de 2 mil pessoas em uma

pesquisa realizada em meados do segundo trimestre deste ano. Os resultados nos mostraram que a saúde física preocupa 51% dos brasileiros, e esse é um importante dado para materializarmos ainda mais nosso compromisso de levar o cuidado com a saúde no dia a dia”, explica Simone Cesena, diretora de Marketing da SulAmérica.

A promoção “Treinou, Ganhou” oferece o acesso ao Gympass para beneficiários e ainda garante 100% de cashback no plano Basic, para aqueles que cumprirem a frequência de duas vezes por semana, por seis meses, em academias, estúdios, aulas on-line ou personal trainer, disponíveis na plataforma.





O boom da Aconseg-SP

O vertiginoso crescimento das assessorias em seguros filiadas à Aconseg-SP foi abordado no Tendências & Debates da TV Cobertura no YouTube, que contou com a participação da diretoria da associação.

Segundo Francisco Galiza, economista e autor do 7º Relatório Aconseg-SP, a representatividade das consultorias posicionaria a Aconseg-SP hoje, entre a 15ª e a 20ª posição no ranking das maiores seguradoras do Brasil. “Em 2023, continuaremos a desen-

volver soluções e um trabalho colaborativo dentro das assessorias porque é isso que ajuda a fortalecer cada vez mais o mercado e a levar a cultura do seguro para a sociedade”, comentou Leandro Henrique, diretor administrativo da Aconseg-SP.

Assista na íntegra



Encontro com entidades

Helio Oipari Junior, Jairo Christ e Marcos Colantonio, respectivamente, presidente, vice-presidente e presidente do Conselho da Aconseg-SP, prestigiaram o encontro com as entidades do mercado paulista e a mídia especializada realizado pelo presidente do Sincor-SP, Boris Ber.



Dez assessorias encerram caderno digital

A edição 60 da Revista da Aconseg-SP traz o quarto e último volume do caderno especial disponível na versão digital da publicação. As assessorias Aexpert, Cobroker, Christ, Genebra, Grupo Futura União, Labour, Presto Power, WL, Oipari e Ragaz.

“O objetivo quando nós lançamos o caderno digital foi mostrar aos corretores de seguros a movimentação das assessorias quando o assunto é adaptação ao novo momento do mercado. Observamos que as assessorias avançaram no quesito digitalização e aprimoramento do atendimento aos parceiros”, observa Helio Oipari Junior, presidente da Aconseg-SP.

Acesse a versão digital



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

Distribuição digital: 50 mil e-mails

Periodicidade: Trimestral - Distribuição gratuita. O conteúdo de artigos e matérias assinados são de responsabilidade exclusiva de seus autores.

De certa forma, 2022 voou. Foi um voo com muita segurança, parceria e resiliência.

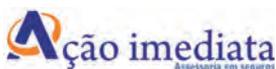


Durante 2022 compartilhamos conhecimento e crescemos com vocês, corretores de seguros. Consagramos a nossa prestação de serviço e mais companhias passaram a acreditar em nosso trabalho.

Em 2023, a Aconseg-SP completará 20 anos. Esta é uma história que começou e continuará com vocês. Em nome de todas as Assessorias filiadas à Aconseg-SP, gratidão por seguirem conosco nesta jornada.

Desejamos a todos um Feliz Natal e um Ano Novo repleto de paz, saúde, alegria, prosperidade e proteção.

Que venha o especial ano de 2023!



Dicas de Sustentabilidade para um mundo mais SEGURO

Agenda Brasil + Sustentável

Durante a Conferência do Clima da ONU, a COP27, o presidente eleito Luiz Inácio Lula da Silva ressaltou o compromisso com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável do Milênio como previstos na Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), com apelo global para acabar com a pobreza e proteger o meio ambiente e o clima.

A Agenda Brasil + Sustentável cita como contribuições iniciais variadas como o Auxílio Brasil, o Plano Safra, o Marco Legal do Saneamento e a Operação Acolhida. Lula destacou o compromisso em acabar com o desmatamento e a degradação florestal em todos os biomas até 2030.

A Agenda 2030, elaborada conjuntamente pelas nações que compõem o quadro da ONU, integra as dimensões econômica, social e ambiental, baseando-se em cinco dimensões: pessoas, planeta, prosperidade, paz e parcerias.

Ela consiste em um plano de ação global que reúne 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 169 metas, criados para erradicar a pobreza e promover vida digna a todos, dentro das condições que o nosso planeta oferece e sem comprometer a qualidade de vida das próximas gerações.

Aconseg-SP pelo Mercado



Vida por meio dos corretores das assessorias

"Hoje, dentro da Aconseg-SP, a Tokio é a nossa principal parceira", destacou Helio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP durante workshop do CVG-SP na sede da Escola de Negócios e Seguros (ENS), em São Paulo.

"A Tokio Marine não seria o que é hoje, se não fosse a participação forte dos 36 mil corretores e as assessorias", reconheceu o presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara.

No final de outubro, a companhia realizou um Green Vida e a participação das assessorias representou 34% do mercado. "As assessorias têm uma importância estratégica. Em 2021, a participação das assessorias na carteira era de 27% e saltou para 34%, um crescimento de 22% no volume de prêmios de R\$ 57 milhões. As assessorias estão fazendo um excelente trabalho na Aconseg-SP junto aos corretores, ajudando a crescer o mercado brasileiro".



Aconseg-SP no CQCS Insurtech

O presidente da Aconseg-SP, Helio Opipari Junior, participou do CQCS Insurtech & Innovation 2022 no Centro de Eventos Pro Magno.



Atuação reconhecida

A Aconseg-SP foi reconhecida como instituição que apoia o corretor em homenagem na Câmara Municipal com o apoio do Sincor-SP. A iniciativa do vereador Daniel Annenberg ocorreu em função da celebração ao Dia dos Corretores de Seguros.



Posse da Aconseg-NNE

Marcos Colantonio, presidente do Conselho; Ricardo Montenegro, diretor Financeiro, e Helio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP, participaram da posse da diretoria da Aconseg-NNE, liderada por Djalma Ferraz.



Noite Acadêmica

Helio Opipari Junior e Ricardo Montenegro, respectivamente presidente e diretor financeiro da Aconseg-SP, participaram da noite acadêmica realizada pela Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP), que empossou novos acadêmicos.



Chegou o

DIRETO Mais

CONECTADO

Com a saúde
dos seus clientes.



ACESSÍVEL

Qualidade SulAmérica
que cabe no bolso.

**UM NOVO
PLANO DE SAÚDE**

para você **vender mais** e pra
SulAmérica cuidar da **Saúde Integral**
de mais pessoas em **São Paulo!**



Saiba mais em:
www.sulamerica.com.br/direto-mais

SulAmérica | SAÚDE
INTEGRAL

Cuidar bem das pessoas é pensar em cada detalhe.

Viva um cuidado personalizado com Amil One.



BETC HAVAS

- Os melhores especialistas
- Os melhores hospitais e laboratórios
- Atendimento exclusivo 24 horas

O cuidado com a saúde está nos detalhes, na preciosidade de cada momento e no olhar que não deixa passar nada despercebido. Por isso, a Amil One, marca líder no segmento Premium, oferece serviços exclusivos para cuidar da sua saúde e do seu bem-estar.



Amil One. A arte de cuidar em cada detalhe.

amil
one



Corretor, conheça a sua parceira

A cada edição, a Revista da Aconseg-SP apresentará, em sua versão digital, um caderno especial que retratará um grupo de assessorias em seguros. Saiba como é a visão das assessorias quando os assuntos são ferramentas digitais, qualificação e oportunidades. Tudo voltado ao corretor de seguros.





AEXPERT

A Aexpert Underwriting é dirigida por profissionais com mais de 20 anos de experiência no mercado de seguros, com passagem em algumas das mais renomadas seguradoras do mercado brasileiro. É uma assessoria diferenciada, pois, além de ser um canal de distribuição, atua como agência de subscrição. Isso significa que é possível cotar e vincular apólices que se enquadram nos parâmetros de risco acordados com as seguradoras com as quais possui parceria.

Essa característica distingue a Aexpert de outros mediadores de seguros. Afinal, o destaque é a experiência em linhas de seguros não padronizadas, de nicho ou especializadas. Além disso, possui acessos privilegiados a segmentos específicos de clientes.

A Aexpert faz desde a criação do seguro até a análise e avaliação dos riscos envolvidos e estuda o mercado internacional constantemente, com o objetivo de levar aos corretores parceiros produtos inéditos e revolucionários, feitos por especialistas com mais de 20 anos de experiência no mercado segurador.

A Aexpert Underwriting possui parceria com os melhores desenvolvedores de ferramentas digitais. Como atuam também como agência de subscrição, o sistema é desenvolvido pela própria Aexpert. Os sistemas são on-line, desde a cotação, emissão da apólice e boletos eletrônicos.

Realizamos treinamentos constantes, nos quais focamos nos diferenciais de produtos, permitindo realizar as prospecções de forma mais assertiva.

Em constante desenvolvimento de produtos inéditos para o mercado brasileiro, com um modelo inovador, a Aexpert quer sempre trazer aos corretores, produtos mais amplos, modernos e com a melhor tecnologia para contratação.

Para as seguradoras, a Aexpert fornece experiência e sofisticação de subscrição para linhas de negócios específicas porque facilita a entrada no mercado sem ter que construir sua própria infraestrutura, o que normalmente envolve a contratação de uma equipe de subscrição, construção de novos modelos de preços, fornecimento de dados externos relevantes para riscos específicos e incorrer no novo desenvolvimento custos associados a uma construção interna.



COBROKER

A Cobroker é um hub high tech com uma comunicação high touch. A tecnologia é utilizada para levar facilidade e agilidade no atendimento, porém não abre mão da comunicação humanizada e personalizada. Na Cobroker, o corretor é acolhido pelo gestor em até 5 minutos através do sistema de chat, e todo chamado é gravado com protocolo de atendimento para dar segurança nas informações e também sistema de NPS que contribui para aprimorar o atendimento.

A empresa possui a Onebroker, a Universidade do Corretor da Cobroker, na qual os parceiros têm acesso aos materiais das companhias, treinamentos de produtos e também de vendas. Além disso, investe em mentoria para o corretor se tornar cada vez mais empreendedor de seu negócio.

É uma assessoria exclusiva de benefícios, cuja energia para 2023 está em tornar o corretor híbrido, fazendo com que ele comercialize o seguro Saúde e Vida no mesmo momento para o cliente. Existe uma lacuna grande principalmente no seguro de Vida. A fundadora da Cobroker, Vanessa Mendes acredita na inovação na forma de pensar e agir.





CHRIST

Há quase 20 anos atuando no Estado de São Paulo, a Christ Assessoria pode afirmar que é um time completo, super conectado em processo crescente de aprendizagem. Afinal, no seu dia a dia desenvolve habilidades e acumula experiências que auxiliam o corretor a alcançar uma melhor performance na ponta em todas as tarefas entre o segurado e seguradora, desde treinamento em sistemas, técnica, nas plataformas de cálculos e conteúdo do mercado segurador como um todo, sem deixar escapar absolutamente nada.

A Christ é o braço essencial da seguradora dentro da corretora, pois exerce com muita segurança e conhecimento o seu papel, pois está conectada o tempo todo, fazendo a liga perfeita, por qualquer forma que o parceiro preferir, seja presencial, por telefone, WhatsApp, redes sociais, e-mails, etc.

GENEBRA

A Genebra é uma assessoria no ramo de seguros, dirigida por profissionais com mais de 28 anos de experiência no mercado de seguros, com passagem em algumas das mais renomadas seguradoras do mercado brasileiro.

Com sede em Ribeirão Preto e filial em São José do Rio Preto (SP) está preparada para atender corretores de pequeno, médio e grande porte, oferece aos seus clientes e parceiros, soluções inteligentes e atualizadas, com equipes altamente treinadas, qualificadas e sistemas que utilizam ferramentas digitais vanguarda para oferecer as melhores soluções.

Seu compromisso é proporcionar para os clientes resultados operacionais positivos, maior capilaridade, prestação de serviços e qualidade no atendimento junto aos corretores de seguros, além de foco na divulgação dos produtos, na prospecção de novos negócios e manutenção da produção, visando sempre a melhoria dos resultados financeiros e crescimento empresarial.

Sempre em busca de aperfeiçoamento, a Genebra participa de eventos e treinamentos voltados para o segmento de seguros, com o objetivo de multiplicar conhecimento e oferecer para clientes e parceiros as melhores práticas de mercado.

Os treinamentos contribuem de forma positiva para sua organização, oferecendo e realizando serviços de acordo com as normas regimentais vigentes estabelecidas pelo mercado, prezando a organização e compliance empresarial. O trabalho da assessoria é pautado pela transparência, oferecendo suporte através do atendimento diferenciado. A assessoria opera com as mais renomadas seguradoras do

mercado em inúmeros produtos, sempre buscando excelência, promovendo e criando sinergia na relação entre as seguradora e corretor o de seguros.



GRUPO FUTURA UNIÃO

O Grupo Futura União está em uma época de mudanças muito rápidas no comportamento dos consumidores em todos os segmentos. Dessa forma, a assessoria está atenta em todas as alternativas de negócios que se apresentam aos parceiros.

A preocupação em mantê-los sempre atualizados é uma constante da assessoria. Para isso, mantém um programa permanente de treinamento, tanto de produtos como também de capacitação dos parceiros na utilização de todas as ferramentas que venham fortalecer a relação com os clientes.

Para o Grupo Futura União, as recentes movimentações ocorridas no mercado abrem uma imensa oportunidade para aqueles que souberem aproveitar o momento e conseguirem identificar os pontos fortes de cada parceiro de modo a oferecer o produto mais indicado para o cliente.



LABOUR

A Labour atua desde 2005 no mercado de seguros, sendo diferenciada por atender Ramos Elementares, buscando dar um atendimento fácil e descomplicado e agindo com transparência aos seus corretores, tornando assim a fidelidade da parceria. O sistema de trabalho é 100% digital, o que garante um acesso remoto com segurança e agilidade nos retornos dos atendimentos, facilitando o dia a dia. A assessoria também investe em treinamento para a equipe em todos os ramos periodicamente. Assim, é possível ajudar os corretores com novas oportunidades de negócios e até mesmo fazendo um cross-selling dos seus segurados. Também oferece treinamentos on-line e presencial de acordo com a demanda do assunto/produto. A Labour utiliza uma empresa de marketing que dispara e-mails e uma lista de transmissão no WhatsApp, diariamente com as novidades dos produtos das seguradoras, deixando assim sempre atualizado. A missão da assessoria é garantir comodidade e leveza na operação dos negócios dos parceiros.



PRESTO POWER

Há 27 anos no mercado, a Presto Power Assessoria e Consultoria de Seguros vem aprimorando o atendimento aos corretores de seguros, objetivando um relacionamento diferenciado junto às seguradoras por ela representadas. A assessoria atua como um facilitador, pois é intermediária entre corretores e companhias. Por isso, a Presto Power faz questão de exercer literalmente o significado da palavra atender: "dar ou prestar atenção", "atentar", "acolher com atenção e cortesia". A Presto Power está atenta às tendências do mercado e investe em uma estrutura de marketing digital para oferecer mais estes serviços aos seus corretores. A empresa tem como propósito ser um braço facilitador para os seus colaboradores, auxiliando na estratégia de comunicação e marketing, para que os corretores assessorados possam alavancar suas vendas e chamar a atenção de novos clientes, possuindo uma maior visibilidade. Além disso, investe também em gestão digital, com o objetivo de otimizar as estratégias e os planos de ação. A equipe da Presto Power conta com profissionais experientes e qualificados para prestar o melhor atendimento ao corretor. A empresa se orgulha em manter a equipe atualizada para prestar o melhor atendimento aos corretores assessorados. O atendimento diferenciado oferecido pela Presto Power prima pela qualidade e, conseqüentemente, proporciona ao corretor a necessária tranquilidade para oferecer os produtos das companhias parceiras aos seus clientes. Para isso, conta com uma estrutura de apoio técnico e comercial pronta para atender as suas necessidades, que realizam visitas periódicas pela equipe comercial para entender as necessidades dos corretores assessorados. Além disso, oferece suporte na negociação, implantação e no pós-venda.



WL ASSESSORIA EM SEGUROS

A WL Assessoria de Seguros surgiu com a experiência de mais de 40 anos no atendimento direto ao corretor de seguros e da necessidade de desenvolver uma estrutura organizacional voltada exclusivamente para o suporte, assessoria e consultoria aos parceiros. Além disso, busca constantemente as melhores opções e aprimoramento, com o objetivo de ofertar as melhores opções e soluções para os corretores de seguros. A WL Assessoria acredita que a tecnologia e as ferramentas digitais são relevantes para alcançar os melhores resultados, conversão e gestão, desde que alinhados ao atendimento de uma equipe voltada às necessidades e particularidades dos corretores de seguros. A Equipe da WL Assessoria está constantemente se atualizando através de treinamentos e cursos, promove com as seguradoras parceiras treinamentos, bate-papo, conhecimento e capacitação aos corretores. A WL Assessoria, desenvolve parcerias com as principais seguradoras, representando as melhores opções do mercado segurador. O corretor poderá ofertar os melhores produtos de acordo com o perfil e necessidades dos seus clientes.





OPIPARI

A Opipari é uma das pioneiras no mercado de assessorias no Brasil com mais de 33 anos de atuação, desde o início com a missão de contribuir no fortalecimento e desenvolvimento dos corretores através de um atendimento especializado com colaboradores comprometidos, capacitação e utilização de novas ferramentas digitais.

No momento de grande aceleração digital, a assessoria intensificou suas ações no apoio aos corretores para entrarem neste novo mundo, no qual a inovação, o uso intensivo de Tecnologia e o Marketing Digital assumem um protagonismo cada vez maior.

A Opipari reformulou seus sistemas de comunicação com uma telefonia em nuvem e central de atendimento através de WhatsApp, o que otimiza e agiliza o atendimento que continua 100% humanizado.

Criou também, a partir de acordos com empresas de Multicálculo e Gestão, um programa de subsídios para os corretores adquirirem estas ferramentas essenciais ao seu desenvolvimento a custos extremamente competitivos.

Além disso, ampliou seu portfólio de seguradoras e operadoras. Hoje possui 18 parceiras entre as mais importantes e representativas companhias do mercado, agregando muito valor à operação com mais soluções aos nossos parceiros corretores.

Quanto à capacitação e aos treinamentos, intensificou os encontros com os corretores, utilizando além das ferramentas on-line, o presencial no novo escritório, e in company quando treina corretores e suas equipes em seus escritórios. Os assuntos tratados não são apenas produtos e operacional, pois a assessoria tem procurado criar uma grade abordando temas como ferramentas digitais, marketing, principalmente as novas e grandes oportunidades para os corretores de seguros.

RAGAZ

A Ragaz possui parceria com a empresa Tex Tecnologia, a qual dá desconto para o corretor contratar o sistema Teleport, bem como utiliza as melhores ferramentas do mercado para atendimento do corretor com seu CRM, Teleatendimento, Criação de Ticket, controle de SLA e etc.

As ações e iniciativas estão pautadas em metodologia e processos, guiadas por três pilares:

1º Onboarding - Alinhamento: No alinhamento inicial com o Corretor traça Metas, Estratégias e os Próximos passos.

2º Capacitação - Possui um Portal de Treinamento EAD (Ensino a Distância), bem como faz treinamentos periódicos "ao vivo", com o objetivo de desenvolver o corretor e sua equipe em diversas habilidades como: Conhecimento Técnico, Fontes de Clientes, Abordagem, Quebra de Objeções, Fechamento, etc.

Além de ter também o maior canal do Youtube Brasileiro voltado exclusivamente para o corretor de seguros, com mais de 270 vídeos que ajudam o corretor em seu dia a dia.

3º Escala - Crescimento de produção: Nesta etapa, o objetivo é mostrar ao corretor, formas de escalar suas vendas através de uma Metodologia de Reinvestimento, análise de ROI (retorno do investimento) e Otimização e desenvolvimento de Processos.

A Ragaz atua em Automóvel, Saúde, Vida e RE, e tem parcerias com as empresas SulAmérica, Suhai, HDI, Ituran, Usebens, Affix, Notre Dame - Intermédica, Kipp e MAG.

