

ACONSEG SP

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



Encontros AconseG-SP

Allianz e Bradesco
falam sobre a
importância das
assessorias para
melhor atender
os corretores

Oportunidades de proteção

Para o presidente
do Grupo Bradesco,
corretores e assessorias
precisam entender as
necessidades dos
clientes e aproveitar
a maior abertura
na sociedade para
falar de seguro

*Ivan Gontijo Junior, presidente
do Grupo Bradesco Seguros*

Assistências no pós-pandemia

Seguradoras relatam
ações para minimizar
o impacto na prestação
de serviço no Automóvel

2,5 milhões de
veículos Segurados?
Esse é o tamanho
da nossa parceria.



Amplo portfólio:
até 5 opções de Seguros
para veículos de passeio.



Pagamento em
até 12x sem juros
e sem comprometer
o limite do cartão.



Assistência 24h
com guincho
com km ilimitado.



Terceira maior frota
Segurada do Brasil.

A TOKIO MARINE RESOLVE Seguro Auto

Quer saber mais?
Fale com o seu
Gerente Comercial.



ESCANEIE E CONHEÇA.

 tokiomarine.com.br
 Tokio Marine Seguradora
 /TokioMarineSeguradora
 tokiomarineseguradora

Uma Seguradora
completa pra você
ir mais longe.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

Este Seguro é garantido pela Tokio Marine Seguradora S/A – CNPJ 33.164.021/0001-00 – Código SUSEP 06190. Residencial – SUSEP 15414.100910/2004-39. Consulte as Condições Gerais em www.tokiomarine.com.br. Para abertura de sinistro, Assistência 24 horas ou outras informações, ligue para 0800 30 TOKIO (0800 30 86546). O registro do produto é automático e não representa aprovação ou recomendação por parte da SUSEP. A aceitação da proposta de Seguro está sujeita à análise do risco. O Segurado poderá consultar a situação cadastral do Corretor de Seguros e da Sociedade Seguradora no sítio eletrônico www.susep.gov.br. Setembro/2022.

Corretor, um pilar de proteção para o cliente

Vivemos um momento único, inclusive reforçado pelo presidente do Grupo Bradesco Seguros, Ivan Gontijo Junior: hoje a sociedade está mais aberta a conversar sobre seguro. E, sim, todos nós precisamos aproveitar a oportunidade e entender as necessidades de cada potencial segurador e oferecer o seguro adequado para ampará-lo.

Vale destacar que as assessorias são estratégicas para o maior grupo segurador brasileiro, cujo crescimento está embasado no trabalho do corretor de seguros.

Nesta edição temos os registros de dois importantes encontros promovidos por nós, com as diretorias da Allianz e do Bradesco, ambas companhias investem em digitalização para facilitar o trabalho dos corretores. Contamos também com uma entrevista com o presidente da HDI Seguros, Eduardo Dal Ri, sobre a aquisição das linhas de negócios da Somp e a aposta crescente no trabalho das assessorias.

Uma sociedade não progride sem a proteção securitária. Sem o corretor, a indústria seguradora corre o risco de não conseguir transmitir o valor do seguro. O seguro é a venda de um papel que, se não tiver um valor agregado, pode não ser atrativo para o potencial cliente. Esse valor muitas vezes é representado pelo corretor que interage diretamente com o cliente no momento

da aquisição do seguro até o instante em que o utiliza.

Em qualquer relação de compra e venda, o cliente está sujeito a adquirir o produto com uma pessoa e quando for verificar algo, já ter outra pessoa como contato. Isso dificilmente ocorre com o cliente que conta com um corretor. Nós acreditamos na força e no valor deste canal e nos dedicamos a facilitar o trabalho deles.

Parabéns, parceiro corretor. Mais uma vez você demonstra a diferença de contar com alguém em um momento de dificuldade.



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

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 | leonardo.sardinha@ragaz.com.br | (11) 3981-2776
Renaseg | Alberto Novais | www.renaseg.com | 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 | gustavo@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.valoracaooseguros.com.br | jorgeteixeira@barbosa@gmail.com | (11) 9 9914-5366
Veritas | Fabio Sardagna | www.veritasseguros.com.br | fabio@veritasseguros.com.br | (11) 9 9300-3429
Vitoria | Andrea Troncoso | andrea@vitoriaassessoria.com.br | (19) 32555014 / (19) 992104819
WL | Wilson Lima | wilsonlima@wlseguros.com.br | (11) 99659-7017

Empresas Associadas

AC Brasil | Antonio Carlos Brasil | (19) 3295-5790 | brasil@acbrasil.com.br
Ação Imediata | Abediel Pereira | www.acaioimediata.com.br | abediel@acaioimediata.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
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@fluvisi.com.br | (11) 4113-3018
Fonseg | Ricardo Fonseg \ Jessica Fonseca | www.fonsegassessoria.com.br | ricardo.fonseg@uol.com.br | (11) 998882-1360
Friends City | Fabio Carvalho | fabio.friendscity@gmail.com | (11) 2641-5062
Genebra | Alessandro Persico | genebra@brgenebra.com | (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 |



“Não podemos falar de seguro e não falar em proteção”

Ivan Gontijo Junior, presidente do Grupo Bradesco Seguros, fala do importante papel das assessorias e dos corretores para a companhia e ressalta momento de abertura para falar sobre seguro na sociedade



Ivan Gontijo Junior
Grupo Bradesco Seguros

O seguro tem um papel importante na reconstrução do Brasil. “Não podemos mais falar de seguro e não falar em proteção. Superamos a fase mais aguda da pandemia e, hoje, a sociedade está consciente e mais aberta para ouvir propostas de seguros em função das novas necessidades advindas da pandemia”, observa o presidente do Grupo Bradesco Seguros, Ivan Gontijo Junior.

“Queremos crescer e participar da cadeia com vocês. A importância do seguro é muito grande e temos capacidade de resiliência, que é a capacidade de ajuste às novas condições que estamos enfrentando. Esse foi um mercado que rapidamente se ajustou a essas novas necessidades”, completa.

Um ponto relevante da atuação diferenciada de corretores e assessorias é a liquidação dos sinistros. “O conhecimento e expertise de vocês é o que faz com que o consumidor saia mais ou menos satisfeito daquele negócio. A importância das assessorias com o corretores é fundamental para que o instituto do seguro possa ter relevância e importância no mercado nacional”.

TI para auxiliar os parceiros

O Grupo Bradesco Seguros cresceu cerca de 15,9% em julho, acima do mercado de seguros que atingiu 14,9%, segundo dados da Susep.

Seguradoras, corretores e assessorias têm como objetivo capturar essas oportunidades. Esse é o grande desafio, identificar o cliente e entender as necessidades dele”

Ivan Gontijo Junior, presidente do Grupo Bradesco Seguros

As assessorias são estratégicas para o grupo segurador seguir a sua trajetória de crescimento. “Uma empresa que investe R\$ 1 bilhão em TI para tornar a jornada do cliente, mas acima de tudo a do corretor e das assessorias, mais fluida, e um atendimento melhor, é uma empresa que veio para ficar. Estamos alicerçados com os mesmos princípios que nortearam a criação da nossa empresa”.

Segundo ele, o investimento em tecnologia é para facilitar para o corretor e as assessorias. “Não acredito na tecnologia pela tecnologia. O que nos trouxe até aqui foram as pessoas - leia-se funcionários, corretores e assessorias - e é o que vai nos levar para o futuro. A tecnologia é um mero instrumento para facilitar, agilizar e exercitar aquilo que as pessoas desejam fazer”.

Uma prova do valor das pessoas é que Gontijo assumiu a presidência da companhia em plena pandemia no dia 3 de novembro de 2020 e, desde então, foram contratados 800 funcionários.

A pandemia e um olhar mais humano

Proteger a si mesmo é também proteger o próximo. Gontijo Junior destacou que a pandemia trouxe muitas lições. “Tivemos muitas mortes, a perda de entes queridos, mas a pandemia nos mostrou algo diferente, que está no interior de nós seres humanos”.

Os efeitos da pandemia atingiram a todos, sem distinção de classe social, gênero ou sexo. “Nesses três anos, cada um de nós ao se proteger, estava também protegendo nossos familiares, nossos amigos e a comunidade onde vivemos. Esse foi um dos grandes ensinamentos que trouxemos dessa pandemia. Devemos disseminar isso cada vez mais como forma de agregar pessoas e trazer uma vida diferenciada”.

Isso de alguma forma está ligado ao seguro, pois, segundo o presidente, não dá para dissociar seguro e proteção. O que reflete em oportunidades para corretores, assessorias e seguradoras. “Nesse contexto, seguradoras, corretores e assessorias têm como objetivo capturar essas



oportunidades. Esse é o grande desafio, identificar o cliente e entender as necessidades dele”.

“Além dos interesses comerciais, temos o interesse social e devemos buscá-lo em prol da sociedade brasileira. Já oferecemos muito à sociedade, mas podemos oferecer muito mais para que ela se torne cada vez mais tranquila, que tenha conforto e possa ter saúde, e que os beneficiários do seguro de Vida possam ter tranquilidade para sobreviver quando do falecimento de seu arrimo de família. Obviamente o seguro de Vida não paga a vida de um ser humano, mas dá condições para que os beneficiários tenham recomeço”, completa.

Oportunidades de proteção

“Ninguém olhava para a sua residência como olha hoje. A residência passou a ter um mote diferente. O seguro da Residência é totalmente diferente hoje e passou a ser objeto de desejo”.

De acordo com ele, o seguro de Vida é outra proteção que se tornou objeto de desejo. “As pessoas sabem que hoje não podem ficar sem um seguro de Vida, pois não podem deixar os seus entes queridos sem a proteção. O mesmo ocorre com o plano de saúde. Por que depois da pandemia nós crescemos 2,5 milhões de segurados e, hoje, temos 50 milhões de segurados nos planos de saúde suplementar? Por uma razão simples: aqueles que não contavam com a saúde suplementar souberam a dureza que foi para enfrentar a pandemia”.

Segundo o presidente, o grupo segurador irá investir na área de Property e tem as áreas de Vida, Prestamista e Previdência como privilegiadas, nas quais projeta crescer cada vez mais. “E vamos disputar o mercado de capitalização palmo a palmo com todas as empresas que estão no mercado”, anuncia.

Gontijo Junior se vangloria de o Bradesco ser um grupo segurador completo.

No quesito Bradesco Saúde, ele destaca a disponibilidade de planos com abrangência nacional - do Amazonas ao Rio Grande do Sul -, além dos produtos regionalizados. “É na regionalização que devemos investir, no produto que atende cada necessidade, região e brasileiro. Nós fazemos parte desse

Brasil e temos que ajudar na reconstrução. Temos um papel importante”, ressalta.

O mesmo ocorre no plano Dental, em que a companhia soma 8 milhões de segurados. “Esse é um número que muito nos orgulha e nos dá satisfação. Temos uma série de oportunidades que devemos construir em conjunto. Unidos para alcançar o objetivo de oferecer à sociedade brasileira, tão sofrida como está, aquilo que há de melhor em termos de oportunidades que podemos oferecer. Não podemos falar de seguro e não falar em proteção”.

“O grupo segurador, entre a área de saúde, a habitacional e a área de vida, pagou ao longo de toda a pandemia mais de R\$ 7,5 bilhões em indenizações, isso é uma satisfação muito grande. Isso só se faz com uma empresa que não quer usufruir da rentabilidade naquele momento e sair depois do negócio para auferir rentabilidade. O grupo

veio para ficar, seja na área de Vida, Auto, Saúde, Residencial, Previdência ou Capitalização”, conclui o presidente.

Gontijo Junior informa que o Bradesco projeta encerrar 2022 com R\$ 98 bilhões de faturamento.

“Ao final do ano, se alcançarmos os nossos objetivos, estaremos entre as dez maiores empresas do Brasil em faturamento. Esse progresso não é só nosso, é da sociedade brasileira. “Nós acreditamos no Brasil e na sociedade brasileira e queremos oferecer o melhor porque ela merece. Esse é o nosso objetivo”.

Números da Bradesco

R\$ 98 bilhões é a projeção de faturamento para 2022

R\$ 7,5 bilhões foi o valor pago em indenizações ao longo da pandemia

15,9%, foi o crescimento do grupo em julho

8 milhões de segurados no Dental

Crescimento das áreas

RE **51%**

Auto **44%**

Residencial **37%**

Vida **31%**



Ação rápida para minimizar os impactos da pandemia

Manutenção dos contratos, redistribuição de volumes por regiões, novos processos e ferramentas fazem parte da logística de atendimento ao cliente, que passou a ser feito por múltiplos canais

Durante a pandemia, com os carros na garagem, um dos ramos mais populares do mercado segurador, o Automóvel, passou por uma situação atípica.

“A queda no faturamento durante a pandemia, em virtude da redução de serviços, ocasionou fechamento e endividamento de muitas empresas que prestam serviço de guincho”, explica Laur Diuri, diretor de Sinistros e Salvados da Tokio Marine.

Com isso, instaurou-se a crise dos prestadores de serviços, como guincheiros, que todo mercado vem enfrentando por conta de problemas estruturais com a categoria. “O período de pandemia exigiu uma adequação de toda a cadeia produtiva para que o mercado segurador pudesse dar continuidade à entrega de serviços aos corretores de seguros e segurados”, comenta Fernando Grossi, diretor-Executivo Comercial e de Marketing da Sampo Seguros.

“E mesmo após a retomada econômica e a estabilização nos volumes de atendimentos, os aumentos nos preços dos combustíveis continua sendo um desafio para esse setor”, acrescenta Diuri.

Para amenizar as dificuldades, a Tokio Marine tem realizado a manutenção de todos os contratos, reavaliou SLA’s (Service Level Agreement, em português, acordo de nível de serviço) e redistribuiu volumes por regiões. “Também realizamos visitas aos parceiros em todo o Brasil, buscando soluções e processos que facilitem a gestão na ponta, reduzindo custos operacionais. Além disso, reajustamos as tarifas, mitigando os impactos das perdas financeiras”, acrescenta Diuri.

Já na Sampo, para atender ao desafio

de garantir a manutenção da agilidade e qualidade no atendimento ao cliente, novos processos e ferramentas foram implementados e passaram a fazer parte da logística de atendimento.

“A Sampo já tinha estruturada uma política de acompanhamento contínuo dos processos que impactam o cliente, mensuração dos indicadores de desempenho dos canais de atendimento e monitoramento da satisfação cliente. Isso permitiu uma ação rápida para minimizar os impactos da pandemia. Historicamente, a companhia registra menos de uma reclamação a cada 100 serviços de assistência 24 horas prestados. Mesmo no período de pandemia, as ações adotadas para a continuidade e qualidade no atendimento permitiram que não houvesse alteração nesse índice”.

Normalização do atendimento

Agora, com o retorno à normalidade, os acionamentos são similares aos anteriores à pandemia. “Vale considerar que o trabalho de melhoria continua tem permitido à companhia alcançar resultados significativos nos atendimentos de assistência 24 horas em todos os ramos. Em 2022, quando observamos índices de demanda semelhantes ao período pré-pandemia, verificamos uma queda de cerca de 23% no número de reclamações relacionadas aos serviços de assistência 24 horas no segundo trimestre frente aos três primeiros meses do ano”, descreve Grossi.



Fernando Grossi
Sampo Seguros



Recentemente, a Tokio Marine aumentou o número de colaboradores para maior fluidez na demanda das assistências 24 horas. “Reforçamos as janelas de treinamentos de qualidade para toda equipe, para que estejam aptos a realizar atendimentos humanizados de resolução rápida de acordo com a necessidade de nossos parceiros e segurados. Hoje dispomos de canais digitais para a assistência 24 horas, porém como forma opcional e não obrigatória, visto que temos equipes 24 horas por dia nos 7 dias da semana nos canais telefônicos”, conta Diuri.

Na companhia, a distribuição dos acionamentos está em 65% via canais telefônicos (Humano) e 35% via canais digitais (WhatsApp, Autoatendimento e App).

Já a Sampo estabeleceu um planejamento por meio do qual investiu recursos para desenvolver múltiplos canais

de relacionamento. A companhia implementou ferramentas com novas funcionalidades para que os diferentes perfis de corretores e segurados possam interagir por meio do canal que mais se adequa às suas necessidades.

"Atualmente, o segurado ou o corretor de seguros podem acionar serviços emergenciais - tais como chaveiro, eletricista, encanador, guincho e mecânico de emergência - diretamente do App Sampo Segurado, se assim preferirem. Essa é uma forma de garantir agilidade de acionamento para os serviços mais urgentes. Mas esses e outros serviços também podem ser acionados via Central de Atendimento ou portais do segurado e do corretor de seguros. Outro ponto importante é que nossa equipe entra em contato com o segurado para acompanhar o andamento da prestação de serviços. A ideia é a de sempre poder garantir a melhor

jornada do cliente junto à companhia".

Novidades no Residencial

Por outro lado, com a maior presença da população dentro dos lares, os serviços agregados ao Seguro Residencial começaram a registrar aumento de utilização, além da mudança na procura pela sua contratação.

Em termos de uso, Diur destaca os serviços de hidráulica - encanador, vazamentos e desentupimento -, que, na Tokio, representam 44% das solicitações das assistências.

Segundo o diretor da Tokio Marine, o seguro Residencial da companhia oferece além dos serviços básicos, como chaveiro, encanador e eletricista, uma série de serviços que garantem uma proteção completa. "Entre eles estão instalação de telas de segurança e suporte para TV; consultoria e descarte ecológico; help desk para smartphones e muitos outros. Ao todo são mais de 40 serviços prestados", menciona.

Na Sampo, os principais motivos de acionamento são similares aos da Tokio, incluindo-se conserto de linha branca e

44% das solicitações das assistências do Seguro Residencial da Tokio Marine são dos serviços de hidráulica - encanador, vazamentos e desentupimento

23% foi a queda no número de reclamações relacionadas aos serviços de assistência 24 horas da Sampo no segundo trimestre frente aos três primeiros meses do ano

chaveiro. "Trabalhamos acompanhando o mercado e as tendências segundo a percepção da necessidade de atendimento e aumento na demanda pela prestação de serviços. Dessa forma, podemos sempre avaliar a possibilidade de agregar novos serviços, conforme a demanda", conclui Grossi.

Laur Diuri
Tokio Marine

Seguro Auto

Ituran inova e se aproxima das assessorias

Diretoria da empresa de monitoramento recebeu assessorias filiadas à Aconseg-SP para mostrar soluções disponíveis aos corretores

Integrantes das assessorias filiadas à Aconseg-SP participaram de uma visita à sede da Ituran Brasil, que incluiu uma passagem pela Central de Roubo e Furto, em que os profissionais puderam conhecer um pouco do sistema de inteligência da empresa israelense, e assistiram uma simulação do IturanMob Mobility Experience.

Segundo Euclides Naliato, diretor responsável pelo Relacionamento com Corretores e Assessorias da Ituran, a companhia promoveu uma reestruturação na área comercial que mostra a disposição em trazer novas opções do seguro de Auto no mercado brasileiro. "A proposta da Ituran é de um produto inclusivo e dar aos corretores uma oportunidade de fazer uma nova carteira e trazer novos clientes para o mercado de seguros, que há algum tempo acabaram indo para as associações veiculares".

Com o objetivo de oferecer produtos simplificados para o cliente que não pode pagar o seguro compreensivo, a Ituran conta com as assessorias em seguros para propagar o conhecimento das alternativas para o corretor conquistar um novo cliente ou até mesmo não perder o segurado.

"Nossa operação está centrada em o corretor constituir uma nova carteira, ter um cliente novo ou não deixar o cliente escapar do mercado de seguros porque apertou financeiramente para ele", enfatizou o executivo.

Helio Opipari Jr., presidente da Aconseg-SP, destacou o novo momento da Ituran do Brasil. "Com a chegada do Euclides Naliato, a Ituran passa a ser uma parceira com o maior número de assessorias trabalhando".





Allianz planeja crescer no saúde com as assessorias

Seguradora vive outro estágio da parceria com as assessorias e anuncia mudanças no Auto e um Saúde 100% digital

Reconhecida por sua reputação e operação global, a Allianz Seguros almeja ampliar a sua participação no mercado de saúde com a parceria das assessorias em seguros.

Inclusive, durante almoço promovido pela Aconsef-SP com a diretoria da Allianz, Karine Barros, diretora Executiva Comercial da companhia, informou que, em outubro, a companhia disponibilizará um produto de saúde 100% digital.

O presidente da Aconsef-SP, Helio Opiari Junior, destacou a importância da digitalização no saúde, tendo em vista que o corretor não está mais acostumado com muito papel. “Vemos um crescimento no saúde nas companhias que digitalizaram mais fortes a venda e o pós-venda. É importante o pós-vendas ser mais digital. A Allianz é uma bandeira forte no saúde e o corretor sabe. Quando tiver o digital, o produto tem tudo para deslançar”, observou.

Marcos Colantonio, presidente do Conselho da Aconsef-SP, frisou a importância de um produto saúde mais competitivo da Allianz, tendo em vista a saída da Sompo Saúde do mercado, com a aquisição pela SulAmérica. “À medida em que a Allianz vem um pouco mais forte, ela ocupa um espaço que, para nós, é importante”.

Jairo Christ, vice-presidente da Associação, informou que,



Finalizada a integração, temos uma força diferente para novidades, revisão de processos e melhorias diversas. Muita coisa tem sido feita, e muitas outras serão”

Karine Barros, diretora Executiva Comercial da Allianz

para as assessorias do interior de SP, é um desejo antigo trabalhar com a Allianz. “Várias assessorias não operam com Allianz”.

Flávio Rewa, diretor comercial São Paulo da seguradora, argumentou que isso era um retrato da operação da SulAmérica, que operava mais com as assessorias da capital e Grande São Paulo, mas que a atuação mais forte no interior será estudada.

“A Allianz vem investindo muito no saúde. Queremos crescer nas assessorias com o saúde. Para 2023, temos uma oportunidade grande no saúde via canal assessorias”, destacou Rewa.

Automóvel

Após a integração das operações de Automóvel e Ramos Elementares da SulAmérica, a Allianz tem explorado e trabalhado melhor com as assessorias. “As assessorias são um braço importante da distribuição. Entendemos o valor e a complementaridade do trabalho da seguradora com o trabalho das assessorias”, destacou Karine.

Com a prerrogativa de oferecer produtos mais aderentes às necessidades dos segurados, outra carteira que a companhia tem investido é a de seguro Automóvel.

Segundo Karine, o produto tem passado por uma revisão, além de simplificações diversas de acordo com as necessidades das assessorias e dos corretores. A revisão consiste na retirada de algumas coberturas para oferecer a possibilidade de contratação delas individualmente, tornando o seguro mais aderente às necessidades do cliente.

Conforme o presidente da Aconsef-SP, as assessorias em seguros e a Allianz vivem um novo momento. “Apesar de ser uma seguradora nova dentro das assessorias, a Allianz traz a experiência e a história que tivemos com a SulAmérica. A nossa parceria e o nosso comprometimento são transmitidos para a Allianz, uma companhia global, estratégica, parceira das assessorias com várias soluções inovadoras para o nosso mercado”, disse.



Veja mais sobre a parceria para melhor atender o corretor



40% dos corretores da Bradesco são atendidos pelas assessorias de SP

Presidente Ivan Gontijo Junior destaca o valor da parceira e a importância das assessorias para distribuição dos produtos do grupo segurador

Pela primeira vez, o presidente do Grupo Bradesco Seguros, Ivan Gontijo Junior, participou de um almoço da Aconsej-SP. Acompanhado de altos executivos do grupo, ele ressaltou a importância das assessorias e a intenção de ampliar a parceria para outros produtos e outras assessorias. “Temos grande orgulho e satisfação de termos as assessorias como um dos nossos grandes canais de distribuição”, disse Gontijo.

Atualmente, 11 assessorias filiadas à Aconsej-SP trabalham com o Grupo Bradesco Seguros. “A nossa operação de assessoria no Brasil, em 2022, deve tangibilizar algo em torno de R\$ 1 bilhão em prêmios em todos os ramos de seguros. São 7,8 mil corretores, destes 40% atendidos pelas assessorias de São Paulo”, comentou Leonardo Freitas, diretor da Organização de Vendas da Bradesco Seguros.

Gontijo chamou a atenção para a relevância da atuação das assessorias. “Quem tem dúvidas sobre a importância e a relevância das assessorias está enganado. A Aconsej-SP é da mais alta relevância para o nosso mercado. Mais do que serem relevantes para o nosso negócio, vocês são parceiros. Um parceiro é importante pela sua própria natureza, seja porque traz R\$ 1 ou R\$ 100 milhões em negócios para a empresa. A importância está, acima de tudo, no estratégico, e em saber onde podemos aperfeiçoar para trazer algo diferente”, observou o presidente.

“Esse é um almoço superespecial para a Aconsej-SP. A presença do time da Bradesco Seguros mostra o comprometimento com as assessorias e, nós, como Aconsej-SP nos sentimos privilegiados. É uma parceria bastante estratégica, que já é de sucesso, mas temos muito a crescer”, comentou o presidente da Aconsej-SP, Helio Opipari Junior, durante o almoço realizado em setembro.

Produtos mais digitais

Bernardo Castello, diretor da Bradesco Vida e Previdência, destacou que o seguro Viagem da companhia é reconhecido

pelo Pró-Teste como uma Escolha Certa. “Ele tem um processo 100% digital caso o cliente queira ou até mesmo se o corretor quiser vender, pode seguir um processo 100% digital. Não há distinção de preço. O corretor traz para o cliente o diferencial do serviço e o grande diferencial do corretor é a facilidade no atendimento”.

O seguro Viagem do Bradesco cobre despesas médicas no exterior em decorrência de covid-19, traz benefícios diferenciados do ponto de vista de capital segurado e, a partir de outubro, trará ainda mais flexibilidade para o corretor atender qualquer perfil de cliente do ponto de vista de capital segurado.

“No seguro de Vida, estamos estudando atuar com os multicálculos. Estamos trabalhando com produtos temporários ou flexíveis, resgatáveis ou não-resgatáveis”, informou Amaral, para quem o Vida é uma oportunidade de fidelizar cliente a médio e longo prazo.

Oportunidades

Ney Dias, presidente da Bradesco Auto/RE, lembrou que o Residencial ainda é um produto de oferta. “Enxergo a importância de vocês nesse processo de utilizar ferramentas digitais para apoiar cada vez mais a atuação do corretor. Temos ferramentas que ajudam a tornar o processo mais rápido e mais inteligente. Hoje temos informações e tecnologias disponíveis para apoiar o corretor e ajudá-lo a fazer uma venda mais assertiva”.

Segundo Fabio Daher, diretor da Bradesco Saúde, em 12 meses o Saúde será maior do que o Automóvel porque a carteira tem um tempo médio de cinco anos. “Dado os desafios do setor, o reajuste médio do PME está em 19%. Isso permite uma garantia econômica de viabilidade à assessoria, bem como estimular os corretores parceiros a alavancarem o produto”.

“Temos um longo caminho a percorrer, um novo momento do mercado de seguros, novos produtos, novas formas de comercialização. Acredito muito que as assessorias de modo geral têm muito a contribuir com o crescimento do nosso mercado”, concluiu o presidente da Aconsej-SP.



Assessorias ganham força como canal para atendimento ao corretor dentro da HDI

Parceira das assessorias desde 2018, com as negociações com a Sompo, o objetivo é ampliar o trabalho com as parceiras para ser uma seguradora mais forte e centrada nas necessidades dos clientes e corretores

A HDI Seguros está colocando em prática um plano de ação junto às assessorias para receber a produção da Sompo Seguros. “A companhia estará cada vez mais próxima, identificando as demandas e as necessidades para que todo o dia a dia ocorra de uma forma bastante prática e assertiva para as assessorias. Afinal, as assessorias têm uma contribuição fundamental para a formação dos corretores, auxiliando no desempenho dos profissionais também para a distribuição dos nossos produtos”, explica o presidente Eduardo Dal Ri.

A HDI aguarda a conclusão da transação da compra das linhas de Automóvel, Vida, Empresarial, Residencial, Habitacional e Condomínio da Sompo, sujeita às aprovações regulatórias do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), da Susep e da Agência de Serviços Financeiros do Japão.

“A HDI e a Sompo continuarão o seu trabalho sem mudanças nas ofertas de produtos e serviços. As relações comerciais também seguem inalteradas e a administração das seguradoras continua de maneira independente”, reforça Dal Ri.

O movimento feito pela HDI faz parte da estratégia de negócios da companhia, que está atenta às oportunidades do mercado com foco em ser ainda mais forte e centrada nas necessidades dos clientes e corretores.

“A aquisição trará ganhos de escala para a HDI e melhores produtos e condições para corretores, assessorias, parceiros e

clientes. Também ampliará o nosso alcance e diversificação de portfólio, o que resulta em maior capacidade para oferecer a clientes variadas soluções em seguros”.

Segundo o presidente, São Paulo é uma região muito importante para a companhia e o objetivo com a aquisição é aumentar a presença territorial. “Agora, teremos a oportunidade de participar mais da produção do mercado de São Paulo, já que 45% da produção da Sompo vem da região metropolitana”.

Assessorias e o corretor

Atualmente, a HDI trabalha com 31 assessorias, fruto da parceria iniciada em 2018 e também da aquisição. “Antes mesmo da conclusão da assinatura de compra da Sompo, realizamos dois encontros com as assessorias em seguros para iniciar a nossa integração, mostramos a importância de planejar ações destinadas à gestão do atendimento às assessorias”.

Paralelamente, de acordo com ele, a seguradora vai realizar campanhas para reforçar o relacionamento com os parceiros, assessorias e corretores. “Vendemos muito mais do que uma apólice de seguros, entregamos toda uma experiência ao cliente. Como são esses profissionais que estão em contato diretamente com o segurado, dessa forma, poderão comprovar toda a qualidade dos nossos serviços”.

Para a HDI Seguros, as assessorias são um importante canal de vendas e parceiras essenciais para atingir o maior número de clientes. “As assessorias são um importante canal com o corretor, transmitindo o que o mercado pode fazer por esses profissionais. É fundamental termos uma estreita parceria para que nossos serviços sejam ofertados de forma assertiva para os clientes que realmente precisam de um seguro”, define.

Eduardo Dal Ri
HDI Seguros



Queremos estar ainda mais conectados com a rotina e as necessidades do corretor e as assessorias nos auxiliam muito nesse trabalho, já que oferecem todo um suporte comercial e operacional aos profissionais”



SOMPO
SEGUROS

A SEGURADORA
FAIXA PRETA.

A SOMPO **SEGURA**

Tradição é ter mais de 130 anos de credibilidade no mercado, com excelência na prestação de serviços.

Seus clientes não precisam ser faixa preta em tudo. Mas quando precisarem, podem contar com a gente.



AUTO



VIDA



RESIDENCIAL



EMPRESARIAL

E MUITO MAIS!

WWW.SOMPO.COM.BR 🔍

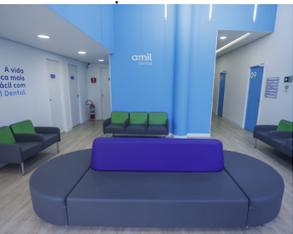


Clínica Amil Dental chega à Faria Lima

Em agosto, foi inaugurada a Clínica Amil Dental da Faria Lima, a primeira na região mais central de São Paulo, em Pinheiros. Ela fica próxima à estação de Metrô da Faria Lima e iniciou sua operação com cinco cadeiras de dentista. O espaço tem dois andares, o que poderá permitir uma expansão para até 10 cadeiras, de acordo com a demanda e os indicadores da Clínica, a sétima no modelo próprio da Amil Dental.



“Estamos focados em uma expansão consciente das Clínicas Amil Dental, que têm se mostrado um grande sucesso desde 2021, e teremos outras novidades, não só em São Paulo”, conta o diretor da Amil Dental, Robert Wieselberg.



Tokio Marine chega à marca de 2,5 milhões de veículos segurados

A Tokio Marine atingiu a marca de 2,5 milhões de veículos segurados no Brasil, se consolidando



como a terceira maior frota protegida do País. Apenas no primeiro semestre de 2022, a companhia registrou um crescimento de 62% de receita, além de ter alcançado mais de R\$ 1 bilhão de produção adicional.

Sempre atuando na vanguarda no mercado segurador e pioneira no lançamento de produtos, como por exemplo o seguro Auto Popular, a seguradora iniciou o ano de 2022 com novidades para o segmento como Seguro Auto Econômico, produto completo, amparado pelas novas diretrizes da Susep, e com preço cerca de 30% abaixo do seguro tradicional, e o Auto Você Escolhe, com coberturas essenciais e assistência 24h, além de contratação simplificada e digital.

Sompo tem novo Chief Strategy Officer



A Sompo Seguros S.A. nomeou Rodrigo Caraméz como diretor-Executivo e seu novo Chief Strategy Officer (CSO). O executivo passa a ser responsável pelas áreas de Planejamento Estratégico, Inovação e Projetos e vai contribuir com sua visão comercial e estratégica estruturada para a criação e execução de planos de negócios e transformação organizacional da companhia no Brasil.



Caraméz atua há mais de 30 anos no setor financeiro, na gestão de negócios em bancos de varejo, corporativo e seguros e está na Sompo Seguros desde novembro de 2021 como diretor responsável pela Sompo Saúde, posição por meio da qual coordenou todo o processo de venda da operação, concluído neste ano.

App para corretores do Grupo Bradesco tem nova versão



O Grupo Bradesco Seguros lançou uma nova versão do seu aplicativo direcionado aos seus parceiros de negócios. Com interface, identidade visual e funcionalidades atualizadas, o app conta agora com tela inicial totalmente



personalizável, o que torna a experiência dos usuários mais fluida e customizada de acordo com o seu perfil de atuação. “As funcionalidades do aplicativo são sempre pensadas de acordo com a necessidade dos corretores, e nessa nova versão a premissa não foi diferente. Queremos entregar a melhor ferramenta para eles, algo que facilite todo o processo, da venda ao acompanhamento com cliente e recebimento da comissão”, afirma Fabio Dragone, diretor de Digital, CRM, Inovação e Customer Experience do Grupo Bradesco Seguros.

SulAmérica aposta em Emissão Digital para cliente PME



A SulAmérica implantou uma nova plataforma para emissão digital das apólices dos produtos de Saúde e Odonto para o segmento de pequenas e médias empresas (PME). “A nossa estratégia foi absolutamente focada nas entregas necessárias para agilizar ainda mais o processo como um todo. Otimizamos o tempo médio de análise das propostas em mais de 40% em relação ao período pré-pandemia, o que praticamente dobrou a produtividade do time. Adotamos um modelo robusto para desenvolver novas funcionalidades que possam melhorar ainda mais a experiência de nossos clientes e corretores, alavancando assim novos negócios de forma ágil e sustentável”, comenta Alessandro Cogliatti, diretor de Experiência do Cliente da SulAmérica.





ACONSEG SP

Quando uma pessoa passa por um infortúnio, contar com o seguro é um alento e, muitas vezes, simboliza um recomeço. E, se houver alguém para orientar e estender a mão nesse momento delicado?

Esse alguém é o corretor de seguros. Além do amparo que recebe do seguro, o segurado conta com o corretor que está ali, ao seu lado, para ajudar no que for necessário.

Seguro é proteção. Proteção e confiança são sinônimos de corretor de seguros.

Parabéns pelo seu dia, Corretor!



active assessoria



Ação imediata Assessoria em seguros



ASSECOR ASSESSORIA



BRASIL assessoria em seguros



axpert



Base BUSINESS INSURANCE & AGO



baeta 4



C6Seg



christ

COBROKER HUB INSURANCE



Continental



Eposul ASSESSORIA



FUTURAUNIÃO CONSULTORIA DE SEGUROS



f.luvisi ASSESSORIA AO CORRETOR



FONSEG ASSESSORIA



Friends City Assessoria de Seguros



Genebra



HITS ASSESSORIA



humana SEGUROS



Intercor Assessoria em Seguros



Labour SEGUROS



Lexus assessoria de seguros



MARCHAN ASSESSORIA



MAXFORT ASSESSORIA



MAXIMO360



MONTENEGRO SEGUROS



NBA ASSESSORIA EM SEGUROS



Novo Milênio ASSESSORIA DE SEGUROS



OPIPARI ASSESSORIA EM SEGUROS



PERSONAL PREV Assessoria de Seguros



Presto Seguros



Zagaz RENASEG



Rizk & Almeida Assessoria em Seguros



R&S ASSESSORIA SEGUROS DESDE 1999



SA SANZ ASSESSORIA



VALORA-CAO www.valoracaoseguros.com.br



VITÓRIA ASSESSORIA EM SEGUROS



VERITAS seguros



W ASSESSORIA EM SEGUROS



Aconseg-NNE chega para representar assessorias das regiões



Em julho deste ano foi fundada a Aconseg-NNE. Com 32 assessorias, a Aconseg Norte e Nordeste é presidida por Djalma Ferraz; vice-presidente Pedro Gomes; diretor financeiro David Evandro; diretora administrativa Elda Brito, e o diretor de Comunicação e Inovação, Eduardo Scartezini. Nascida de um grupo de assessorias no WhatsApp, a entidade contou com o apoio da Aconseg-SP por meio do compartilhamento de experiências de Helio Opipari Junior e Marcos Colantonio, respectivamente presidente e presidente do conselho da associação paulista. “Temos como espelho e referência a Aconseg-SP. Que as assessorias associadas à Aconseg continuem valorizando porque a Aconseg-SP tem credibilidade. A Aconseg-NNE quer nascer e crescer seguindo os passos de vocês”, destaca Djalma Ferraz, presidente da Aconseg-NNE.

Aconseg-SP no VIII Enconseg



Foto da esq. p/ dir.: Armando Vergilio, presidente licenciado da Fenacor; Henrique Brandão, presidente do Sincor-RJ, e Helio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP

O presidente da Aconseg-SP, Helio Opipari Junior, participou do VIII Encontro de Corretores de Seguros – Enconseg realizado pelo Sincor-RJ, em setembro, com o tema “Confiança no Futuro”, na Expo MAG. O evento discutiu o avanço da tecnologia e da digitalização e ressaltou, mais uma vez, o importante papel do corretor de seguros para o mercado segurador brasileiro. “Tudo o que foi abordado durante o Enconseg reconheceu o valor do corretor para a nossa indústria e, mais, ajudou a desmistificar a máxima de que a tecnologia veio para suprimir o papel deste profissional. Vimos durante a pandemia o valor do corretor sobressair e é o que vai continuar agora no cenário em que a pandemia já está estabilizada”, comenta Opipari Junior.

A Grande Jornada pelo Mundo do Seguro



O presidente da Aconseg-SP, Helio Opipari Junior, participou, em agosto, do Programa “A Grande Jornada pelo Mundo do Seguro”, apresentado por Pedro Barbatto Filho. O programa vai ao ar todas as segundas-feiras, das 7h às 8h, pela Rádio Imprensa FM 102,5 MHz, há 32 anos.

Contato com corretores iniciantes

A Aconseg-SP marcou presença, pela quarta vez consecutiva, na Feira de Negócios do Corretor de Seguros realizada pela Escola de Negócios e Seguros (ENS). O evento é uma oportunidade para os alunos da ENS de todo o Brasil conhecerem diversos tipos de empresas de soluções do mercado, dentre elas as assessorias da Aconseg-SP.



Segundo Leandro Henrique, diretor administrativo da Aconseg-SP, a importância de participar da feira é apresentar as assessorias como soluções para facilitar o dia a dia dos corretores de seguros. “Isso por meio de informações ágeis e apoio a vendas e pós-vendas sem precisar ficar ligando para cada departamento da seguradora, ou seja, obtendo as informações precisas em um único escritório de atendimento”, comenta.

VP da Aconseg-SP em Fórum da FenaPrevi

O vice-presidente da Aconseg-SP, Jairo Christ, participou do X Fórum Nacional de Seguros de Vida e Previdência Privada realizado em setembro, em São Paulo. “Se de um lado temos a maior conscientização da população com relação à proteção, de outro, temos oferecido cada vez mais apoio aos corretores para que eles possam oferecer a consultoria e a cobertura mais adequada ao perfil do segurado”, diz Christ, que ainda destacou a ação da Aconseg-SP, “Campanha Diga Sim para o Seguro de Vida”.





OFEREÇA
ituran
com
seguro
E PARE DE
PERDER 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.

Consulte o site www.ituran.com.br para mais detalhes das condições gerais dos produtos Ituran com Seguro Moto e Ituran com Seguro.



3ª edição do Md&T já tem data

Metaverso, APIs e venda digital serão os temas abordados no evento em novembro

Nos dias 4, 7 e 8 de novembro será realizada a 3ª edição do Md&T – Evento de Marketing Digital & Tecnologia organizado pela Aconseg-SP. Neste ano, metaverso, APIs e a distribuição na venda digital serão os assuntos explorados.

O metaverso será abordado pela Ituran Brasil, empresa especializada em monitoramento e recuperação de veículos e telemetria com tecnologia avançada. Já as APIs, que são os sistemas utilizados para acessar os dados das assessorias junto as companhias, contará com a apresentação da Infocap. “Também contaremos com a participação dos diretores de TIs das companhias”, destaca Jairo Christ, vice-presidente da Associação e coordenador do evento.

Para o terceiro dia, o tema escolhido foi a distribuição na venda digital. “Vamos trazer os presidentes das companhias e discutir o que está reservado para corretores e assessorias através da venda digital”, antecipa Christ.

Segundo ele, os temas foram escolhidos pelos membros do Comitê de Tecnologia e Marketing em decorrência da relevância. “No caso da venda digital, queremos discutir qual será o impacto no mercado para as assessorias e os corretores”, comenta Christ, ao citar como ponto relevante a questão da linguagem do seguro, ainda complexa, principalmente para os futuros consumidores de seguros, que são nativos digitais.

Os dois primeiros dias são voltados apenas para os colaboradores das assessorias e o terceiro será aberto para todo o mercado de seguros, que poderá acompanhar on-line no canal da Aconseg-SP no YouTube.



Acesse o QR Code e se inscreva no canal da Aconseg-SP



Assessoria em seguros

Corretor, conheça a sua parceira

Acesse a versão digital

3ª parte do caderno digital conta com nove assessorias

A versão digital da edição 59 da Revista da Aconseg-SP está disponível com a terceira parte do caderno digital das assessorias em seguros. Nesta edição, participam AC Brasil, Ação Imediata, Assecor, Base, Continental, Copasul, Fonseq, Montenegro e NBA.

“As assessorias filiadas à Aconseg-SP têm investido muito no processo de digitalização visando oferecer agilidade para os corretores de seguros. Apostamos na tecnologia como um facilitador para o trabalho das assessorias no relacionamento com os corretores”, comenta o presidente

da Aconseg-SP, Helio Opipari Junior, que acrescenta a realização de treinamentos tanto para os profissionais das assessorias, como para os corretores.

O caderno especial apresenta a visão das assessorias filiadas à Aconseg-SP sobre ferramentas digitais, qualificação e oportunidades. Até o final de 2022, as 42 assessorias terão retratado suas ações em prol do corretor de seguros.

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

Distribuição digital: 50 mil e-mails

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



...
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



Dicas de Sustentabilidade para um mundo mais SEGURO

Agenda ESG no mercado de seguros



ESG ou ASG é a sigla em inglês para um conjunto de práticas ambientais, sociais e de governança corporativa.

No setor de seguros, a Susep, por meio da circular 666/2022 oficializou uma agenda ESG com o objetivo de evitar que riscos sociais, ambientais e climáticos prejudiquem a eficiência do mercado segurador.

A circular prevê a criação de políticas de sustentabilidade pelas seguradoras, entidade abertas de previdência complementar (EACP's), sociedades de capitalização e resseguradoras locais, e a elaboração de um relatório anual com riscos e oportunidades relacionados aos aspectos ESG.

O capítulo IV da Política de Sustentabilidade da norma, que entrou em vigor em 1º de agosto de 2022, prevê que a supervisionada deverá possuir uma política de sustentabilidade que estabeleça princípios e diretrizes destinados a garantir que aspectos de sustentabilidade, incluindo riscos e oportunidades, sejam considerados na condução de seus negócios e no seu relacionamento com as partes interessadas.

Confira a Circular na íntegra



Allianz fala sobre parceria com assessorias em almoço do CCS-SP

Dentre vários assuntos abordados no almoço realizado pelo Clube dos Corretores de Seguros (CCS-SP), Karine Barros, diretora-executiva Comercial da Allianz Seguros, falou sobre os novos canais de distribuição oriundos do processo de integração das operações da SulAmérica.

Hoje, a Allianz trabalha com mais de 60 assessorias em território nacional, com uma concentração importante em São Paulo e no Rio de Janeiro pela vocação das próprias praças. "As assessorias têm sido parceiras muito valiosas para que possamos dar uma maior cobertura ao território e para que possamos atender um grupo de corretores que, se tivéssemos que investir em funcionários diretos, demoraríamos muito tempo para abraçar todos eles", disse.



Presidente da Aconseg-SP é entrevistado na Mesa Redonda do Seguro

A gestão da diretoria de Helio Opipari Junior na Aconseg-SP tem como objetivo contribuir para o corretor de seguros entrar mais forte no mundo digital. Para isso, os trabalhos do Comitê de Marketing e Tecnologia seguem a pleno vapor. Outro ponto mencionado por ele durante a Mesa Redonda do Seguro, organizada pelo CQCS, foram as novas parcerias com as seguradoras.

"Nesse momento em que o mercado passa por grandes transformações, com as seguradoras reduzindo as suas estruturas físicas e contando mais com o apoio das assessorias, passamos a ser uma grande solução para as seguradoras".



Aconseg-SP no 9º episódio do Empreendendo e Aprendendo da ENS

O nono episódio do Circuito de Lives Empreendendo e Aprendendo da Escola de Negócios e Seguros (ENS) contou com a participação de Helio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP, que abordou o tema "O papel das assessorias na interlocução entre corretores e seguradoras".

Durante o bate-papo com Ronny Martins, gerente de Estratégia, Inteligência, Comercial e Processos da ENS e mediador da live, Opipari Junior falou sobre o histórico das assessorias e seu papel com os corretores e as seguradoras, além dos desafios com a digitalização. "Um benefício grande no dia a dia dos corretores é o atendimento mais ágil que as assessorias oferecem, principalmente aos pequenos e médios que têm um acesso mais difícil às seguradoras".



Accesse o episódio na íntegra



Cuidar bem
dos seus clientes
é pensar em
cada detalhe.

Ofereça 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 saúde e do bem-estar dos seus clientes.



Amil One. A arte de cuidar em cada detalhe.

amil
one

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](https://www.instagram.com/comvocecorretor)



bradesco
seguros

Com Você. Sempre.



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.





AC BRASIL

A AC Brasil Assessoria tem feito todos os esforços para orientar os corretores para que se utilizem das ferramentas digitais disponíveis. Hoje é fundamental que os corretores se adequem à realidade digital, e as próprias seguradoras disponibilizam essas ferramentas para auxiliá-los no dia a dia das corretoras.

Apesar de muitos corretores ainda não compreenderem essa necessidade, cabe às assessorias, sempre orientar e mostrar os benefícios da tecnologia. Por isso, a AC Brasil Assessoria orienta e disponibiliza uma série de treinamentos, visando a capacitação dos corretores. Mas, antes de tudo, os próprios colaboradores da assessoria se capacitam, visando orientar e assessorar o corretor da melhor forma possível.

A assessoria está sempre à disposição dos corretores para acompanhá-los nas mudanças constantes pelas quais passam o mercado e as atualizações dos produtos.

Sempre em busca de novas oportunidades de seguradoras e produtos, a AC Brasil Assessoria visa dar ao corretor a possibilidade de oferecer aos seus segurados uma maior gama de opções.

AÇÃO IMEDIATA

A Ação Imediata vive um momento muito especial, unindo desde a inauguração de seu prédio, em outubro, mais tecnológico e funcional, além do fortalecimento digital em ações de auxílio aos corretores de seguros com ferramentas de marketing, e cursos e consultoria sobre produtos, gestão de negócios e equipes.

A assessoria tem uma cultura fortalecida ao longo dos anos, pois sua equipe é especialista em didática de treinamentos com aprendizados inclusive

internacionais, seja para atuações presenciais e on-line. A Ação Imediata compreende que o alto nível de treinamentos envolvendo muito mais do que técnicas de produtos são fatores primordiais para o crescimento e realização das corretoras nos mercados em que atuam. Desde 2019, a Ação Imediata investe no fortalecimento dos corretores do futuro gerando uma trilha de sucesso que envolve consultoria empresarial e uma série de serviços que agilizam o acesso e aproveitamento das melhores oportunidades de mercado.





ASSECOR ASSESSORIA

Em linha com o mercado segurador, a Assecor tem investido nas ações relevantes tornando a assessoria cada vez mais acessível e inovadora quando o tema é digital. Além do relançamento das nossas mídias sociais, a Assecor investe na ampliação de sua comunicação de tal forma que o nosso público-alvo, os corretores de seguros, entendam de forma objetiva nosso modelo de captação e gestão comercial. Essa tem sido outra frente de forte investimento, ou seja, a aproximação dos parceiros comerciais (seguradoras e corretores de seguros) através das reuniões de capacitação envolvendo todas as linhas de negócios. Para a Assecor, um corretor bem capacitado tem que ampliar a oferta de forma assertiva aos seus clientes. A empresa está atenta a todas as novidades do mercado e, além do grande varejo, tem em seu DNA as linhas financeiras e o seguro cyber para segurança cibernética alinhado a LGPD. A assessoria observa que apesar da importância e apelo para essa linha de negócios, o mercado ainda é tímido, mas sua equipe está capacitada para treinar e oferecer apoio aos parceiros comerciais visando o foco de forma estruturada.

BASE

A Base acredita que a tecnologia deve ser utilizada como forma de ampliar o volume de informações captadas e, posteriormente, tratá-las como forma de conhecer profundamente os clientes e parceiros de negócios.

Com uma base de dados mais assertiva e detalhada, a assessoria conhece profundamente o perfil de cada um dos corretores, segmentando em diferentes níveis de atuação e relacionamento. Com modelos de atribuição já desenhados a cada um desses perfis, trabalha com estratégias focadas no aumento de negócios, criando uma percepção positiva do corretor e da seguradora parceira.

Com uma ampla base de dados, a Base trabalha também o marketing firmando campanhas e abordagens que gerem resultados diretos, melhorando assim a experiência de todos na envolvidos na operação, corretor, segurado e seguradora. Aprendizados constantes sobre o que funciona, fortalecem os resultados permitindo uma evolução e alinhamento de metas e entregas com todo o time comercial.

Pilar fundamental para o sucesso do negócio tem sido o foco na construção de uma boa base analítica de dados e sua abordagem evolutiva constante. Para ajudar com gestão de dados, a assessoria utiliza a ferramenta de CRM Sales Force. Com corretores cada vez mais qualificados e especialistas, a Base entende ser multiplicadora dos produtos das seguradoras parceiras. Uma equipe bem qualificada e treinada reflete diretamente na entrega dos objetivos e garante a satisfação dos parceiros de negócio, reconhecimento da marca e uma equipe bem engajada.

Capacitação de produtos no corretor é foco em todos os diferentes segmentos de produtos, Auto, RE, Benefícios, Vida e Grandes Riscos. Cada produto possui um nicho e perfil diferenciado, por isso identificar qual a melhor maneira de transmitir o conhecimento é ponto-chave no sucesso da capacitação, seja realizada via presencial nos corretores ou transmitida via meios digitais.

Mudanças constantes nos produtos e seguradoras trazem um cenário de grandes oportunidades a todos da indústria. Cabe à assessoria com grande empenho, fazer parte da transformação e liderar junto aos corretores esse grande cenário transformacional que vivemos hoje.





FONSEG

A Fonseg Assessoria possui determinadas iniciativas de ferramentas digitais, como o portfólio de serviços, cartão de visita on-line, das redes sociais, como Instagram e são atualizadas semanalmente, o site www.fonsegassessoria.com.br e o LinkedIn. A assessoria também utiliza o Linktree que oferece uma espécie de minipágina personalizável. Nessa página inseriu um link que redireciona o usuário para os canais de comunicação externos da empresa, como o WhatsApp. Embora a tecnologia tenha mudado a forma como o seguro é distribuído e a experiência do consumidor, as pessoas fazem negócios com outras pessoas. Não há um substituto para esses relacionamentos interpessoais nas atividades em que os consumidores dependem de compras orientadas. Por isso, os cursos de capacitação e qualificação em seguros agregam novas áreas de conhecimento como negócios, marketing, finanças, gestão de pessoas e transformação digital. Portanto, o treinamento de qualificação é feito em conjunto com outras seguradoras.

A indústria de seguros tem uma grande influência na economia mundial. O seguro surgiu com a necessidade de evitar danos causados por riscos que possam resultar em danos materiais, econômico, de saúde, de vida e etc. Todo segurador precisa considerar o aprofundamento em dados, estatísticas e comportamento do mercado.



COPASUL

A Copasul trabalha com todos os sistemas 100% em nuvem para garantir segurança e agilidade aos parceiros. O e-mail fica em um arquivamento on-line, que é possível acessar e demandar os assuntos a partir de qualquer dispositivo. A telefonia está hospedada em servidores da Amazon através de um sistema utilizado por diversos bancos e marcas mundiais.

Ao entrar em contato com a Copasul, a URA automaticamente identifica o técnico disponível e transfere a ligação para que o parceiro tenha um atendimento rápido. Além disso, disponibiliza atendimento via WhatsApp, que direciona o corretor para o técnico da seguradora que deseja a informação. Neste sistema, sempre que a assessoria é acionada por alguém, o seu robô dispara uma informação sobre alguma ação importante que está ocorrendo naquele momento em alguma das seguradoras, como por exemplo, campanhas de vendas, regras recém-atualizadas, produtos em destaques, e outras ações.

A Copasul utiliza uma ferramenta de disparo de e-mail marketing, permitindo que diariamente o parceiro tenha conhecimento de todo e qualquer tipo de informação que o ajude, tanto na parte técnica como na parte comercial de uma venda, além de práticas que ajudam a prospectar novos clientes e aumentar a sua remuneração. Em relação a um dos principais serviços oferecidos, a Copasul tem diariamente a equipe técnica e comercial realizando treinamentos presenciais e ou virtuais com os corretores e suas equipes, dando a opção de escolha das ferramentas que ele deseja aprender, capacitando a sua equipe nos produtos disponíveis em sua prateleira de vendas. Assim faz com que todos sejam cada vez mais consultores e facilitadores para seus clientes. Faz parte desses bate-papos e treinamentos, não somente os sistemas de vendas das seguradoras, mas também as ferramentas disponíveis no mercado que ele pode utilizar gratuitamente para angariar novos segurados.



CONTINENTAL

A Continental, em conjunto com seguradoras parceiras, disponibiliza links para o corretor que facilitam as suas vendas e, principalmente, a geração de leads. A assessoria efetua semanalmente treinamentos tanto de produtos das seguradoras, como de ferramentas de vendas, que ajudam o corretor e seus funcionários a criarem facilitadores para o seu dia a dia e terem mais conhecimento sobre os ramos das companhias.

Um leque de opções entre seguradoras e operadoras para o corretor conseguir atender seus clientes em todos os nichos é disponibilizado pela Continental.

MONTENEGRO

Com periodicidade e frequência, a Montenegro Seguros proporciona aos corretores de sua grade de atendimento acesso ao seu site, instagram, facebook e WhatsApp Business, facilitando o intercâmbio entre as partes, assessoria e corretores.

Além da apresentação dos produtos das seguradoras e operadoras com quem trabalha de forma mais criativa e moderna, propiciando uma maior facilidade de entendimento aos temas abordados.

A Montenegro Assessoria busca rotineiramente propiciar treinamentos e cursos seja da forma on-line e já retomando no formato presencial. As lives são ministradas por profissionais das seguradoras e em alguns casos específicos da assessoria.

Existe uma extensão incrível de produtos e modalidades de seguros disponíveis para os corretores e sempre divulga e participa dos treinamentos e apresentações.

A Montenegro Seguros se destaca em suprir os parceiros de conhecimentos técnicos, auxiliando-os na concretização de novos negócios, principalmente no que diz respeito aos riscos mais complexos na carteira de Riscos Empresariais, seja Massificados ou Corporativos.

O Ramo de Automóvel continua sendo o carro-chefe dos profissionais atendidos pela assessoria. Todavia, é muito importante o cross-selling de suas carteiras de clientes e os colaboradores da assessoria estão aptos a auxiliá-los nesta evolução, prevenindo-se de uma futura queda de negócios e perda de receita no Ramo Auto.



NBA

A NBA foi fundada nos anos 2000 com o objetivo de melhorar o processo de atendimento e negócios entre os corretores e seguradoras, sem nenhum custo adicional ou redução de comissionamento.

A assessoria desenvolveu um modelo único de atendimento: 100% humanizado, exclusivo e atual, e trabalha diariamente com o intuito de trazer novas tecnologias e treinamentos para os corretores de seguros se inserirem nos modelos de vendas digitais, sem perder sua essência de relacionamento com o cliente.

A assessoria oferece treinamentos sobre prospecção de leads, gerenciamento de redes sociais para captação de novos clientes e serviço gratuito de design para padronização e expansão de suas redes de relacionamento. Temos também à disposição do corretor um estúdio completo para gravação de vídeos profissionais, em que providencia todo material, conteúdo e edição, apenas para ele apresentar e fortalecer a imagem de sua corretora por qualquer meio de comunicação com os clientes (WhatsApp, Youtube, Instagram, LinkedIn, facebook e e-mail).

A NBA é parceira de mais de 1,4 mil corretores de seguros e 11 seguradoras (Amil, Allianz, Excelsior, HDI, Ituran, Kipp, Notre Dame Intermédica, Suhai, SulAmérica, Tokio Marine e Zurich) atuando como elo entre ambos na busca das melhores soluções de acordo com o perfil de cada corretor.

