

ACONSEG SP

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



*Raquel Reis, CEO
de Odonto e Saúde*



*Marcelo Mello, CEO
de Vida, Previdência
e Investimentos*

Foco nos melhores resultados

Verticais de Saúde e Odonto, e de Investimentos, Vida e Previdência da SulAmérica têm CEOs diferentes e estratégias alinhadas para oferecer as melhores experiências e soluções

Qualificação

Aconseg-SP é a primeira associação a firmar uma parceria de educação continuada com a ENS

Novidade

Kipp Saúde entra em nova fase com produtos para PMEs

*Cícero Barreto,
diretor Comercial
e de Marketing do
Grupo Omint*



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.

Conhecimento é a base

O setor de seguros começou 2023 a pleno vapor e nós da Aconseg-SP também. Na primeira edição do ano, estreamos uma seção sobre Qualificação. A ideia é que, a cada edição, uma companhia ou instituição do mercado conte o que está oferecendo aos parceiros corretores.

Com orgulho, estreamos o espaço com o registro da assinatura da parceria com a ENS, por meio do qual os colaboradores das assessorias filiadas à Aconseg-SP e os corretores parceiros terão bolsas de estudos para acesso aos cursos livres.

Outra novidade é a coluna ESG em substituição à nossa coluna de Sustentabilidade, existente desde o surgimento da Revista da Aconseg-SP há cerca de 15 anos. Acreditamos na importância da agenda ESG, antes mesmo de ela levar este nome, por isso, a cada edição uma parceira nos contará sobre suas ações e como elas têm impactado positivamente a sociedade. A Tokio Marine é a seguradora que estreia o espaço.

E por falar em mudanças, conversamos com os novos CEOs da SulAmérica, Raquel Reis e Marcelo Mello, que estão na linha de frente da SulAmérica, uma das nossas principais parceiras que iniciou 2023 com novidades.

Também abordamos o potencial existente nas pequenas e

médias empresas (PMEs) para atuação do corretor. As companhias têm investido em produtos para atender as reais necessidades dos clientes, muito com base na escuta das assessorias e dos corretores. É o caso da Kipp Saúde.

Acreditamos no conhecimento como base para o crescimento e demos um passo importante para auxiliar os corretores na missão de proteger mais brasileiros. Prova disso é que a Aconseg-SP se tornou a primeira associação do Brasil a selar uma parceria de educação continuada com a ENS. Seguimos avançando.



Helio Opipari Junior
Presidente da Aconseg-SP



"Diga sim para o Seguro de Vida"



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) 97322-6064
- Active** | Roberto Benedito | www.comlactive.com.br | roberto@comlactive.com.br | (11) 3293-0777
- 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) 99998-2551
- 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
- Cobroker** | Vanessa Mendes | vanessamendes@cobroker.com.br | (11) 97374-9090
- C6 Seg** | Augusto Brum | augusto.brum@c6bank.com | (31) 98118-3329
- Christ** | Jairo Christ | www.christassessoria.com.br | jairo@christassessoria.com.br | (19) 2512-4800
- Continental** | Liza Maria\Luiz Gustavo | www.continentalservicos.com.br | luli@continentalservicos.com.br | (11) 3629-1299
- Copasul** | Marcos Colantonio | www.copasulassessoria.com.br | marcos@copasulassessoria.com.br | (11) 2671-7800
- F. Luvisi** | Fabio Luis | comercial@fluvisi.com.br | (11) 4113-3018
- Fonseg** | Ricardo Fonseg | www.fonsegassessoria.com.br | ricardo.fonseg@uol.com.br | (11) 3571-3221
- Friends City** | Fabio de Carvalho | fabio.carvalho@friendscity.com.br | (11) 2641-5062
- Futura união** | Marcos Holanda | marcos.holanda@grupofuturauniao.com.br | (11) 3661-4491
- Genebra** | Alessandro Persico | genebra@brgenebra.com | (16) 3621-1000
- Hits** | Mônica Dargovitch | monica@hitassessoria.com.br | (11) 4428-1475
- Humana** | Rodrigo Bertacini | www.humanaseguros.com.br | rodrigo.bertacini@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
- 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 | cidagarrido@maxfortseg.com.br | (11) 2909-7622
- Maximo 360°** | Maximo Santos | maximosantos@maximo360.com.br | (11) 4992-7099
- Montenegro** | Ricardo Montenegro | www.montenegroseguros.com.br | montenegro@montenegroseguros.com.br | (11) 3596-7500
- NBA** | Nilson Barreto | www.nbaseguros.com.br | nilson@nbaseguros.com.br | (11) 2227-9090
- Novo Milênio** | Diego Linardo | www.novomilenioassessoria.com.br | diegodelinardo@gmail.com | (19) 3422-0804
- Opipari** | Helio Opipari Jr. | www.opipari.com.br | helio@opipari.com.br | (11) 3638-3400
- Personal Prev** | Milton Ferreira | milton@personalprev.com.br | (11) 5572-6422
- Prestopower** | Arsenio Leis | www.prestopower.com.br | arsenio@prestopower.com.br | (11) 3221-1155
- Ragaz** | Leonardo Sardinha | leonardo.sardinha@ragaz.com.br | (11) 96720-9496
- Renaseg** | Alberto Novais | www.renaseg.com | alberto@renaseg.com | (16) 3234-4232
- Rizk & Almeida** | Renata Depercia | www.rizkealmeida.com.br | renata@rizkealmeida.com.br | (11) 2476-6605
- 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.valoracaoseguros.com.br | jorget.barbosa@gmail.com | (11) 2671-5050
- Veritas** | Fabio Sardagna | www.veritasseguros.com.br | fabio@veritasseguros.com.br | (11) 3221-7028
- WL** | Wilson Lima | [wilsonlima@wlseguros.com.br](http://www.wilsonlima@wlseguros.com.br) | (11) 99659-7017



Dois CEOs e um foco: melhorar os resultados



Com duas presidências, Raquel Reis e Marcelo Mello atuarão em conjunto, mas cada um com sua expertise para focar nos melhores resultados e oferecer as melhores experiências e soluções

A SulAmérica Seguros, como tradicionalmente era conhecida, vem passando por mudanças nos últimos anos. A mais recente delas foi a divisão das verticais que possuem mais sinergias que ganharam CEOs específicos.

Uma vertical é a de Investimentos, Vida e Previdência, sob o comando de Marcelo Mello, que já atuava como vice-presidente dessas áreas. A outra é a de Saúde e Odonto, liderada por Raquel Reis, que também foi VP dessas verticais, mas havia saído da companhia em fevereiro de 2022 para ocupar o cargo de vice-presidente da Rede D'Or São Luiz.

Com esse formato, a SulAmérica que atua com o propósito de oferecer saúde integral aos seus beneficiários ganha um novo gás em 2023.

“Os parceiros da SulAmérica sempre estiveram presentes, sempre foram muito leais, por isso seguimos focados em continuar melhorando nossa proposta de valor dos produtos e benefícios da companhia, assim conseguimos ofertar a melhor experiência para os corretores, além de criar soluções melhores para os beneficiários”, comenta Raquel.

Já Mello destaca que, na vertical que conduz, os parceiros corretores e assessorias podem esperar uma gestora que coloca trabalho duro, consistência, transparência e rigoroso controle de risco à serviço da gestão e administração de ati-

vos. “Além da solidez da marca e a confiança que os investidores depositam em nós. Essa combinação faz com que nossos produtos tenham grande aceitação no mercado. No trato com corretores e assessorias de investimentos, temos, inclusive, um projeto pioneiro que é o IndicaSAS. Esta é uma iniciativa inédita que a SulAmérica concretizou junto à plataforma digital de investimentos Órama”.

A ação contabiliza, em cerca de um ano, mais de 4,4 mil corretores cadastrados. “Por meio do projeto, que é acessado pelo Portal do Corretor, os corretores têm acesso a um robusto programa de capacitação e incentivos para indicar a Órama aos seus clientes. A ideia é facilitar a vida do corretor de seguros. O treinamento é focado para o planejamento financeiro, demonstrando a necessidade de ter um olhar 360° da vida do cliente. O corretor precisa despertar o interesse do cliente em cuidar da sua vida financeira, e conta com o time especializado da Órama para fazer toda a venda dos produtos”, explica Mello.

“Todos os nossos parceiros são muito importantes para a companhia. As assessorias nos ajudam a chegar no cliente final. Enquanto isso, a SulAmérica segue desenvolvendo seu time para, em conjunto, oferecer as melhores experiências e soluções”, acrescenta Raquel.



Os parceiros da SulAmérica sempre estiveram presentes, sempre foram muito leais, por isso seguimos focados em continuar melhorando nossa proposta de valor dos produtos e benefícios da companhia, assim conseguimos ofertar a melhor experiência para os corretores, além de criar soluções melhores para os beneficiários”

Raquel Reis, presidente de Saúde e Odonto da SulAmérica



Uso correto do plano

Conforme Raquel, o setor de saúde passa por um processo de organização pós-pandemia. “O mercado sofreu bastante nesse período e agora a conta chegou para todo mundo”.

É com esse pano de fundo que ela encara o desafio de estar à frente de uma das maiores operadoras de planos de saúde do País em um momento que o mercado se reorganiza. “Acredito que a palavra de ordem seja sustentabilidade para todo o setor. Queremos gerar maior eficiência, evitar fraudes e desperdícios, que impactam os beneficiários como um todo. Como presidente de Saúde e Odonto da SulAmérica, mantenho essa busca e desafio de entregar serviços com qualidade e excelência, com as melhores opções para as pessoas e empresas, promovendo também o uso correto do plano, para garantir, dessa forma, a sustentabilidade do setor”, expõe.

Segundo ela, um destaque é a linha Odonto, que tem crescido cada vez mais dentro da companhia. Alinhado a isso o portfólio da companhia também se adapta para atender da melhor forma os corretores e beneficiários.

“Em março de 2023, anunciamos algumas novidades que reforçam o compromisso da companhia em oferecer as melhores soluções. Por meio de quatro novos planos, a SulAmérica apresenta opções com diferenciais que variam de acordo com as necessidades dos clientes, oferecendo também serviços de clareamento dentário, documentos odontológicos e ortodontia. Junto a esses lançamentos, a SulAmérica Odonto traz ainda um programa de desconto progressivo para dependentes e elegibilidade para toda a família (até 3º grau consanguíneo)”.

Além dos novos benefícios, os clientes contam também com plano anual sem carência (e-commerce), descontos de até 70% em farmácias (em medicamentos e itens de higiene pessoal), acesso ao Clube de descontos SulAMais e uma rede credenciada qualificada com abrangência nacional.

Atualmente, a seguradora conta com 2,1 milhões de beneficiários na carteira de Odonto. “A expectativa é crescer ainda mais”, diz Raquel.

Proteção financeira e planejamento familiar

Marcelo Mello já era vice-presidente de Investimentos, Vida e Previdência e a grande diferença agora como presidente é que ele passa a reportar para o Conselho de Administração.

“De resto, nossos desafios nessas áreas seguem os mesmos. Na vertical de Investimentos, continuamos trabalhando duro para manter o crescimento expressivo que temos obtido nos últimos dois anos e para seguir trazendo para nossos clientes um retorno consistente e

com rigoroso controle de risco na gestão e administração dos ativos. Temos construído um histórico muito importante tanto em oferta de produto como em reforço de pessoal, e



Continuamos trabalhando duro para manter o crescimento expressivo que temos obtido nos últimos dois anos e para seguir trazendo para nossos clientes um retorno consistente e com rigoroso controle de risco na gestão e administração dos ativos”

Marcelo Mello, presidente das verticais de Investimentos, Vida e Previdência

seguimos bastante alinhados com nossos clientes, principalmente nos mandatos institucionais”.

Segundo ele, nas verticais de Vida e Previdência, a companhia segue trabalhando para fornecer proteção financeira e planejamento familiar por meio dos nossos produtos de Vida e Previdência, sempre com foco na saúde financeira dos nossos clientes e beneficiários. “Temos, portanto, na SulAmérica um trabalho consistente de apoio ao patrimônio – por meio da nossa atividade junto a Investimentos, Vida e Previdência”.

A companhia tem investido em fundos de investimentos com o conceito ESG, sigla para Environmental, Social and Governance, em português Sustentabilidade, Social e Governança.

“Para entregar produtos alinhados com as melhores práticas ESG, a SulAmérica tem a família SulAmérica Crédito ESG, formada por três fundos: um destinado a investidores qualificados como pessoa física (SulAmérica Crédito ESG FI RF CP IS), outro voltado para o segmento institucional (SulAmérica Crédito ESG Institucional FI RF CP IS) e, por fim, um dedicado a previdência aberta (SulAmérica Prev Crédito ESG FI RF CP IS)”.

Mello informa que essa família de fundos bateu R\$ 1 bilhão em patrimônio líquido em 2022, mostrando que os produtos temáticos têm tido boa aceitação por parte dos investidores.

“Além disso, a gestora tem, ao longo dos anos, reforçado sua longa jornada de incorporação ESG e seu comprometimento com investimento responsável por meio da inserção de KPIs no processo de investimentos para gestores de portfólio relacionados a análise ESG, por meio da criação dos fundos da família ESG e da adesão a compromissos relevantes como o IPC (Investidores Pelo Clima) e o CBS (Código Brasileiro de Stewardship)”, diz o presidente ao pontuar que a gestora foi uma das primeiras no Brasil, ainda em 2009, a se tornar signatária do PRI, rede apoiada pela ONU com mais de 3 mil signatários em mais de 50 países, que representam mais de US\$ 120 trilhões em ativos administrados.



Marcelo Mello
SulAmérica



Lugar de mulher é onde ela quiser



Mulheres precisam ser livres para definir o que é sucesso e felicidade em suas vidas. Essa é a visão de duas mulheres que estão na linha de frente da SulAmérica: Raquel Reis e Juliana Caligiuri

Raquel Reis e Juliana Caligiuri são, respectivamente, presidente de Saúde e Odonto e vice-presidente Comercial da SulAmérica. Ambas creem que as mulheres são livres para definirem o significado de sucesso e felicidade para cada uma delas.

“Muitas vezes nos prendemos a padrões e regras que nos colocam em ‘caixinhas’ que não necessariamente definem o que queremos ser. Qualquer setor, qualquer posição, qualquer papel, cabe a nós decidir se queremos ou não”, diz Juliana.

“Ninguém limita nossos sonhos, mas também não sonhamos igual. Para algumas de nós, a ambição é construir uma família, ter uma carreira estável, para outras, é crescer muito, ganhar dinheiro, ter poder e eventualmente nem querer ter uma família; para tantas outras é equilibrar e ir o mais longe que esse equilíbrio permitir”, acrescenta, ao explicar que a ambição é de cada uma. “O sucesso para cada uma de nós é diferente e por isso é necessário que tenhamos autoconfiança e convicção do que somos e onde queremos chegar”, comenta Juliana, para quem o importante é se sentir realizada com base nas suas convicções, não na expectativa ou cobrança dos outros.

“Quem define onde você deve chegar e onde você quer estar é você e ninguém mais. Sendo que, ter sucesso não significa, necessariamente, chegar ao topo da cadeia, mas sim se sentir feliz e realizada independentemente da posição que você ocupe”, recomenda Raquel.

De acordo com a CEO da companhia, outro ponto importante é que as mulheres têm o hábito de tentar abraçar o mundo todo de uma só vez. “Para mim, as coisas começaram a fluir quando compreendi que nem sempre as questões da vida pessoal e profissional serão conciliáveis, e que a chave do equilíbrio emocional está em saber determinar o que tem prioridade em cada situação”, compartilha Raquel, que é formada em Ciências Atuariais e trabalha há 22 anos no setor.

Ela conta que ingressou na SulAmérica em 2011 e seguir para Saúde e Odonto foi um caminho natural. Em 2013, assumi como superintendente Técnica da área e, desde então, segui por esse caminho. “Em 2022, decidi conhecer um pouco mais do setor trabalhando do outro lado do balcão – em



Juliana Caligiuri
SulAmérica



Raquel Reis
SulAmérica

uma rede hospitalar. Então esse é um segmento que me escolheu e que eu escolhi”.

No caso de Raquel, a máxima de que o bom filho à casa retorna é válida. “São mais de dez anos de SulAmérica. Quando voltei, me senti chegando em casa depois de uma longa viagem. Foi difícil segurar a emoção, porque me sinto parte da história da companhia e, com certeza, a SulAmérica é parte da minha história. Comecei na companhia como gerente em 2011, até chegar à vice-presidência”, conclui Raquel, que está muito feliz e alegre em retornar, apesar de também estar preocupada por conta do momento do setor, causado pela pandemia. “Temos muito trabalho, mas tenho certeza que conseguiremos reverter”.

Há cerca de um ano na SulAmérica como VP de Saúde e Odonto, Juliana assumiu a vice-presidência comercial. “Esse primeiro ano foi de muitos desafios e emoções para mim. O mercado de saúde tem se tornado cada vez mais complexo e as soluções demandam muita atenção e proximidade de clientes e corretores. Tenho trabalhado para estreitar contato com os corretores e corretoras por todo o país, além de todo time comercial. No início de 2023, passei a responder como vice-presidente comercial da companhia e isso tem sido mais um importante passo na minha carreira, com mais foco em crescimento e vendas”, conta Juliana, que desde 2015 se encantou pelo mercado de saúde. “Estar próxima de todo o ecossistema comercial tem me dado a oportunidade de entender e pensar em soluções para a sustentabilidade do setor”, acrescenta.



HDI inicia 2023 com crescimento acima de 100% com as assessorias

Executivos afirmam que estão no início da jornada com as assessorias e destacam momento único para a seguradora e as parceiras em São Paulo crescerem juntas

“Não vamos crescer sem as assessorias”. A frase do presidente da HDI Seguros, Eduardo Dal Ri, evidencia a importância dessas parceiras para a companhia. “Nós dependemos de vocês para sermos o que queremos no mercado de São Paulo. Conheço o canal assessorias e sei o quanto vocês podem contribuir para o crescimento acelerado da nossa empresa nesse ciclo que estamos iniciando”, destacou Dal Ri durante almoço realizado com as assessorias e os executivos da HDI Seguros em março, no Terraço Itália.

A diretoria da companhia reconhece o canal assessorias como grande alavanca para o rápido desenvolvimento no mercado e, além de criar a Filial Assessorias de São Paulo, a HDI tem se dedicado a melhorar a jornada operacional dessas parcerias.

Segundo Paulo Ricardo Cesário Costa, vice-presidente comercial da HDI, em breve haverá um formato único de operar, que passa de um relatório a um portal. “Ou até onde queremos chegar que é o atendimento de uma assistência 24 horas exclusivo com as assessorias”, anunciou Costa.

Com a aquisição das carteiras das Sompo e a carteira de corretores que trabalham com as companhias diretamente ou por meio de assessorias, Costa acredita que não haverá coincidência porque a operação na capital até então não possuía market share relevante. “A Sompo soma para nós, tanto da parte de assessoria como de corretor, que ainda não atuamos. Temos perto de 6 mil corretores que ainda não estão cadastrados na HDI. Desses, 70% estão na capital, muitos deles atendidos pelas assessorias”.

Inclusive, a integração vem sendo realizada por fases, desde que a aquisição foi anunciada. A previsão é que em maio a companhia tenha a concluída a checagem dos corretores oriundos

da carteira da Sompo e, segundo Dal Ri, em julho a HDI deve assumir o controle da Sompo. No entanto, ainda por um período serão trabalhadas as duas marcas com dois preços.

“Não temos intenção de diminuir a receita de vocês. Quando tivermos as duas marcas ou a potência que a Sompo tem em São Paulo, vamos fazer ainda mais negócios com vocês. O que não pode acontecer é perdermos um corretor. Nosso mantra é que é inadmissível com a compra perdermos um corretor sequer. Vamos conviver com as duas marcas durante um tempo”, enfatizou o presidente.

Sobre a prevalência dos produtos, em ramos em que a HDI não operava ou a carteira era incipiente, prevalecerá o produto Sompo, como por exemplo o Vida e o Condomínio. “Estamos fazendo um novo sistema de Vida na HDI para receber os produtos Sompo”, disse Dal Ri. “No Auto tende a permanecer a HDI. Compramos a Sompo não só pelos produtos, mas pelas pessoas que vêm”.

Avanço com as assessorias

A operação da HDI Seguros com as assessorias é relativamente nova. O início se deu com quatro assessorias no final de 2019. No ano seguinte, mesmo com a pandemia, já somava mais de 15 assessorias.

“A filial Assessorias São Paulo foi a que mais cresceu no Brasil”, destacou Dal Ri, sobre o crescimento que foi de 166% em janeiro e 112% em fevereiro. “Ainda vai vir a Sompo, que nos ajudará bastante no varejo. A HDI vai crescer muito no Brasil. Continuamos atentos às mudanças de mercado para eventualmente até sermos mais agressivos nos crescimento inorgânicos”, ressaltou.

Inclusive, segundo ele, a companhia tem trabalhado a reorganização da carteira de Automóvel, com Rafael Ramalho, VP de Auto, cujo foco tem sido ganhar competitividade e acessar os bolsões e nichos que ainda não alcançavam.

Já em Vida e Ramos Elementares, Dal Ri destacou a chegada de Igor Di Beo, que lembrou que a companhia também tem interesse em desenvolver outras carteiras que não vêm da Sompo, tais como Transporte e Equipamento Agrícola.

- 29 assessorias trabalham com a HDI,
- 16 delas estão na Sompo e
- 3 assessorias que têm Sompo não têm HDI



Kipp Saúde apresenta planos para PMEs

Planos estão disponíveis a partir de um titular e duas vidas, e a comercialização é exclusivamente realizada pelos corretores

A Kipp Saúde iniciou o ano de 2023 com uma novidade voltada para as Pequenas e Médias Empresas (PMEs) que contou com o apoio de assessorias e corretores no *brainstorming* de sua concepção.

“A Kipp Saúde foi concebida a partir de uma análise cuidadosa do setor e da escuta ativa de parceiros, que estão no dia a dia da comercialização dos nossos produtos. Diante disso, as assessorias se tornam muito estratégicas no negócio, visto que são empresas extremamente comprometidas com o setor e que realizam um trabalho importante junto aos corretores que buscam levar os melhores produtos do mercado aos seus clientes”, diz Cícero Barreto, diretor Comercial e de Marketing do Grupo Omint.

Segundo ele, os corretores que trabalham na distribuição dos produtos da healthtech têm posição de destaque e serão ainda mais necessários nessa nova etapa da Kipp.

“Valorizamos muito o trabalho dos corretores e reconhecemos a importância deles dentro do nosso ecossistema. Eles sabem como ninguém a importância de uma venda consultiva e a realizam com primazia, entregando o melhor dos nossos planos dentro das necessidades individuais dos clientes”, enfatiza o diretor.

De acordo com Barreto, a Kipp conta com a mesma estru-

tura oferecida pelo Grupo Omint. “Temos reconhecidamente o melhor canal de pós-venda do mercado para atuar no atendimento dos planos PMEs da Kipp. Além disso, nossos clientes contam com uma Ekipp de Saúde própria que entrega o melhor cuidado para todos os Kippers - maneira como chamamos nossos clientes”, destaca.

Cinco planos competitivos

Foram criados cinco planos, que estão disponíveis para um titular e duas vidas, desde que a elegibilidade seja de sócio da empresa contratante. Todas as opções contemplam cobertura ambulatorial, hospitalar e obstetrícia e têm em comum a estrutura da Kipp, que é padronizada no melhor estilo de atendimento de healthtech, de agilidade e facilidade de acesso às informações.

Barreto explica que a Kipp integra o cliente ao plano no



Cícero Barreto
Grupo Omint



A Aconsef-SP é uma entidade formada por empresas sérias e comprometidas com o desenvolvimento do nosso mercado, atua disseminando conhecimento e boas práticas de comercialização aos corretores vinculados, portanto, para a Kipp Saúde faz total sentido estar conectado com tais valores”

prazo mais curto, por meio de um processo totalmente ágil. “Além disso, os planos estão disponíveis em cinco opções que se adequam à necessidade de cada empresa; todos com acomodação em apartamento e valores a partir de R\$ 360”.

O foco da Kipp é a Atenção Primária à Saúde, cujo objetivo é cuidar, proteger e prevenir por meio de diagnósticos, tratamentos, redução de danos, reabilitação e manutenção da saúde. “Tudo isso com uma equipe multidisciplinar extremamente capacitada e unidades de atendimento (Kiplaces) próprias”, destaca.

Outro grande ponto alto da atuação da healthtech é que os clientes encontram um modelo de atendimento resolutivo e coordenado, desde o seu primeiro contato. “Isso acontece em uma simples coleta de exame, passando por um diagnóstico, até o encaminhamento ao especialista indicado, o que proporciona um acompanhamento contínuo e integral da saúde. Além disso, todo o histórico do paciente é registrado em um prontuário eletrônico”, explica o diretor.

De acordo com Barreto, os planos PMEs contam com a qualidade e simplicidade operacional que o corretor já comprovou nos produtos individuais e familiares. “Estamos trabalhando para oferecer uma ferramenta ainda mais ágil para cotação e implantação de propostas”.

Com a preocupação de atender, de fato, as necessidades dos clientes e corretores, a Kipp trouxe uma gama vasta de hospitais, entre os quais se destacam Oswaldo Cruz, Samaritano, Santa Catarina, Nove de Julho, Beneficência Portuguesa, Rede D’Or São Luiz, HCor, Santa Joana, Pro Matre, Edmundo Vascelos e Incor.

“Além da capital, os planos atendem a Grande São Paulo, contemplando regiões como São Caetano do Sul, Barueri, Ribeirão Pires, Osasco, Carapicuíba, São Bernardo do Campo e Santo André”, comenta.

Corretores e assessorias

Barreto reforça que as vendas acontecem exclusivamente por meio dos corretores. “Eles possuem expertise sobre todos os planos da Kipp PME e têm total competência para indicar a melhor solução aos clientes. Além disso, a nossa equipe está sempre à disposição para auxiliar os corretores parceiros no que for necessário com treinamentos on-line e in loco, visitas comerciais frequentes e total apoio na condução de negócios”.

“A Kipp tem como principal canal de distribuição o corretor de seguros, portanto, foi algo natural buscar a Aconseg-SP a fim de nos tornarmos parceiros para colocar os produtos da Kipp Saúde à disposição de todas as as-

essorias. Além disso, buscamos trabalhar de forma conjunta com a instituição para potencializar ainda mais as trocas de informações e conhecimentos para, então, apoiar os corretores vinculados às assessorias”, completa.

A healthtech conta com consultores que atuam atendendo as diversas assessorias cadastradas com a Kipp. “Todos são profissionais com experiência e engajados no desenvolvimento de negócios por meio das assessorias”, destaca Barreto.

“A Aconseg-SP é uma entidade formada por empresas sérias e comprometidas com o desenvolvimento do nosso mercado, atua disseminando conhecimento e boas práticas de comercialização aos corretores vinculados, portanto para a Kipp Saúde faz total sentido estar conectado com tais valores”, completa Barreto sobre a parceria com a associação.

Atendimento na palma da mão

A Kipp foi criada para unir o melhor da medicina com a facilidade do digital e, conforme o diretor, sempre esteve atenta às tendências do mercado para atender um público cada vez mais bem-informado e que acompanha as evoluções tecnológicas.

“Com o advento das ferramentas digitais, conseguimos colocar em prática um dos melhores modelos de atendimento médico do mundo, que é a Atenção Primária à Saúde (APS), já que há um acompanhamento de saúde mais assertivo e que, ao invés de tratar as doenças as previne”.

O app entrega ao cliente atendimento 24 horas por dia em qualquer lugar que ele esteja. Por meio dele é possível agendar consultas e realizá-las no próprio app, receber dicas de saúde e, dessa forma, fazer com que a vida do cliente seja simplificada por concentrar o atendimento na palma da mão.

Segundo ele, a Kipp fechou 2022 com balanço positivo e projeta excelentes perspectivas para 2023. “Conseguimos ver um futuro bastante promissor para a marca nos próximos anos, com base no comportamento de crescimento que ela vem apresentando”, argumenta.



Da esquerda para a direita: Alexandre Figueira, Ana Paula Oliveira, Cicero Barreto, Bruna Fraga, Leandro Rodrigues, Michelle Zandoná e Kristiane De Souza



PMEs não contratam seguro e têm percepção equivocada da proteção

Empreendedor desconhece o que o seguro pode fazer por ele; nicho tem amplo espaço para atuação do corretor



Hoje, uma pessoa não retira um carro da concessionária sem a contratação de um seguro. Mas essa mesma pessoa não contrata um seguro para proteger a própria empresa que é de onde sai a sua renda. Essa é uma realidade vivida pelos empreendedores das pequenas e médias empresas (PMEs).

“Muitas vezes, o empreendedor classifica erroneamente o investimento em seguro como uma despesa. É comum também os clientes acharem que o seguro empresarial protege somente as empresas de problemas comuns, como furtos e roubos. Porém, ele vai muito além disso, amparando-as em riscos maiores, como explosões e impactos de automóveis”, expõe Sidney Cezarino, diretor de Seguros Patrimoniais da Tokio Marine Seguradora.

Os imprevistos citados por Cezarino incluem ameaçar o andamento das operações e, inclusive, levar ao encerramento das atividades. “Em muitos casos, a apólice desse seguro tem uma função essencial na vida do contratante, para que ele lide com os incidentes e possa retomar seu negócio o mais rapidamente possível”, completa o executivo.

Fato é que o mercado de PME representa uma importante força motriz na economia brasileira. Elas somam 99% das empresas existentes no Brasil, segundo o Sebrae, que são responsáveis por 27% do Produto Interno Bruto (PIB) do País e 62% dos empregos de carteira assinada.

“O mercado PME vem crescendo de forma constante nos últimos anos. E esse crescimento deve se manter pelos próximos anos. Portanto, consideramos um segmento muito importante para a companhia”, diz Juliana Caligiuri, vice-presidente comercial da SulAmérica.

Para as seguradoras, o segmento de PME é estratégico. “Devido ao enorme potencial desse mercado e à alta demanda de produtos e soluções para o setor de serviços, a Tokio Marine investe fortemente no desenvolvimento de seguros específicos para este segmento”, diz o diretor da Tokio.

“A Amil entende que se trata de um segmento estratégico e com demandas específicas. Segundo a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), o plano para microempresa é a categoria de convênio com maior número de adesões no País.

Nesse sentido, os corretores podem contar com a Amil para oferecer as melhores soluções para esse perfil de cliente”, comenta Carolina Lorenzatto, diretora-executiva Comercial e de Produtos da Amil.

“O mercado de saúde suplementar é pró-cíclico, sensível a indicadores como emprego e renda. E a importância das pequenas e médias empresas para a economia brasileira, sobretudo para a criação de empregos, é uma realidade incontestável”, explica o diretor-gerente da Bradesco Saúde, Flavio Bitter.

Atualmente, as PME representam em torno de 15% do prêmio no Seguro Empresarial da Bradesco Seguros.

Como prospectar

Como o empreendedor desconhece o que o seguro pode fazer por ele, a seguradora conta com o corretor para exercer um papel fundamental.

No entanto, ainda há pouca oferta por parte dos corretores. Estima-se que menos de 20% das empresas nessa modalidade que têm cobertura de seguro.

Na visão de Carolina, o primeiro passo para o corretor atuar junto a esse público é mapear a sua carteira de clientes ou definir uma estratégia consistente de geração de oportunidades. “Tendo uma oportunidade na mão, o papel do corretor é ser um consultor, ou seja, apresentar para o seu cliente a melhor alternativa de plano de saúde. Dentro do grupo Amil, há excelentes opções para agregar valor ao trabalho do corretor”.

O diretor-gerente da Bradesco Saúde completa que é importante o corretor ter a consciência de que o plano de saúde se tornou um produto ainda mais



Sidney Cezarino, Tokio Marine Seguradora

valorizado por toda a sociedade, diante do momento que o mundo atravessou nos últimos anos, com a pandemia.

“Este ano demos um importante passo para estarmos ainda mais próximos dos corretores com uma abordagem especializada, com a segmentação das áreas comerciais do Grupo Bradesco Seguros. Os corretores podem contar com os times comerciais da Bradesco Saúde para, juntos, identificarmos as melhores soluções e oportunidades de melhor o produto mais adequado à realidade de cada empresa”.

Para a Raquel Cerqueira, o corretor deve conscientizar o cliente de que ele dispõe de muitos benefícios ao contratar um seguro. “Assegurar o patrimônio é uma atitude simples que pode evitar dores de cabeça, além de proporcionar conveniências no dia a dia, como serviços para a residência. Reforçar a relação custo-benefício, de acordo com o perfil de cada cliente, também é um diferencial importante”, recomenda

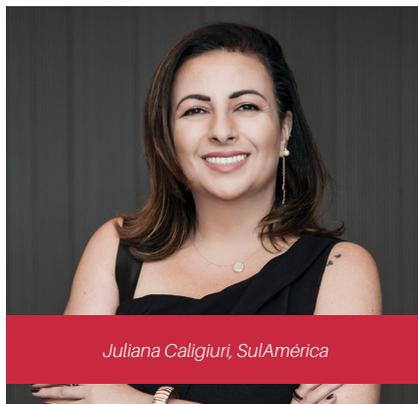
Cezarino chama a atenção que, diante do potencial desse mercado, é fundamental mostrar a importância do seguro como principal ferramenta para continuidade dos negócios, se algo de ruim acontecer. “Isso pode ser transmitido por meio de participação de eventos relacionados a PMEs, por exemplo, com a apresentação dos produtos e citação de casos reais nos quais o seguro foi fundamental para socorrer o empresário em um sinistro”.

Produtos diferenciados

A Bradesco Seguros trouxe para o mercado coberturas com foco exclusivo no trabalho remoto e PMEs. “O objetivo é atender às principais demandas dos empreendedores e os novos formatos de trabalho na residência e aumentar cada vez mais a participação desse grupo na contratação de apólices da seguradora”, comenta Raquel.

De acordo com ela, o seguro possui variedade de assistências que facilitam a vida de quem contrata o seguro, oferecendo custo x benefício vantajoso em relação ao que gastaria para contratar cada serviço separadamente, por exemplo, chaveiro, encanador e reparo de ar-condicionado.

Segundo Bitter, uma importante novi-



Juliana Caligiuri, SulAmérica



Carolina Lorenzatto, Amil



Flavio Bitter, Bradesco Saúde



Raquel Cerqueira, Bradesco Seguros

dade da Bradesco Saúde para este ano é o novo modelo de coparticipação em procedimentos médico-hospitalares para planos da categoria SPG. “A mudança também pode representar uma economia de até 18% para as empresas-clientes em relação aos planos que não oferecem a modalidade, além de estimular o uso mais consciente e adequado do produto”.

No segmento de PMEs da Tokio, os principais produtos são os seguros Empresarial, Vida em Grupo (Funcionários), Automóvel, inclusive para Frotas, Transportes, Garantia e Fiança Locatícia. “São proteções que permitem ao pequeno e médio empresário ter tranquilidade para focar em seu core business, possibilitando um melhor desenvolvimento de seus negócios”, diz Cezarino.

“A SulAmérica trabalha cada vez mais para melhorar a proposta de valor de seus produtos e serviços, seja para oferecer a melhor experiência para o corretor e corretora nas nossas plataformas de negócios, ou para criar soluções melhores para os beneficiários. Então, todos os produtos da companhia, seja para PME ou não, seguem essa demanda, com foco também em garantir a sustentabilidade do setor”, informa a VP da SulAmérica.

A SulAmérica tem uma vasta oferta de produtos para o segmento PME. “Oferecemos possibilidades de proteção não apenas para os colaboradores da empresa, mas, também, para seus familiares. Contamos com opções sem e com co-participação, tipos de acomodação, redes segmentadas e específicas de prestadores, além de diversos benefícios, sempre com foco na sustentabilidade do setor”, diz Juliana.

A Amil tem um portfólio completo de produtos para pequenas e médias empresas de todos os perfis, desde produtos regionais, que possuem rede própria de qualidade, com preços competitivos e acessíveis para todos os públicos (Linha Amil Fácil), passando por produtos com abrangência nacional, tendo os principais hospitais do Brasil, reembolso e opção de contratação com ou sem coparticipação, até chegar na linha Amil One, marca líder no segmento premium, que alia conveniência e exclusividade para entregar a melhor experiência em saúde e bem-estar.



Aconseg-SP lidera investimento em educação continuada



A esq.: Valéria Graciano e Rodrigo Matos (ENS), e Helio Opipari Junior e Jairo Christ; à dir.: Marcos Colantonio, Leandro Henrique e Ricardo Montenegro (Aconseg-SP)

Primeira turma da trilha de seguros que será criada com exclusividade pela ENS para os colaboradores das assessorias terá início na segunda quinzena de maio

Investir em qualificação é um propósito de todas as empresas que compõem a cadeia do mercado de seguros. Quanto mais os profissionais forem capacitados, maior será a capacidade de transmitir a importância da proteção securitária para o consumidor.

Pensando em ser cada vez mais efetivos no apoio ao corretor à venda consultiva, a Aconseg-SP fechou uma parceria inédita com a Escola de Negócios e Seguros (ENS), no início de abril. A ação consiste em oferecer bolsas de estudos em cursos livres para a qualificação dos profissionais que atuam nas assessorias em seguros, que vão de técnicas de vendas de produtos específicos a marketing digital e mídias sociais.

A trilha dos cursos livres será customizada e já está sendo formatada por Rodrigo Matos, superintendente da Regional São Paulo, e Valéria Graciano, coordenadora de Ensino Técnico da ENS. A primeira turma está prevista para a segunda quinzena de maio deste ano.

Segundo Helio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP, a iniciativa tem como propósito aprimorar o conhecimento dos colaboradores das assessorias para melhor auxiliar os corretores no atendimento a um consumidor cada vez mais exigente.

“A parceria com a ENS é um sonho antigo - do período da gestão de Marcos Colantonio, atual presidente do Conselho -, que está sendo realizado. Acreditamos no conhecimento e na qualificação como base para o crescimento. O momento vivido pelas assessorias favorece muito a entrada em um projeto importante como esse. Temos 720 colaboradores e 18 mil corretores, ou seja, um universo enorme para trabalhar”, destaca Opipari Junior.

“Agradecemos a oportunidade de a Escola estar junto da Aconseg-SP e, evidentemente, de todas as assessorias. O mote da Escola não é engessar, mas sim dar acesso à educação. Queremos trazer para o mercado algo que vai fazer a diferença na vida dos profissionais. As consequências serão produtividade, venda e conquista de novos segurados. Tudo isso passa



Rodrigo Matos (ENS) e Helio Opipari Junior (Aconseg-SP)

pela educação”, comenta Rodrigo Matos.

Opipari Junior lembra que, no passado, quando a diretoria da Aconseg-SP pensou em promover capacitação para seus colaboradores e corretores parceiros, defendeu a importância de se aliar à ENS. “A Escola é nota máxima no MEC e oferece em seu portfólio mais de 300 cursos. Estamos fazendo um upgrade muito grande ao nos aliarmos à ENS para oferecer mais capacitação aos nossos colaboradores”, comemora o presidente.

Cultura do seguro

Inclusive, sob a ótica da educação, a iniciativa vai ao encontro do que preconiza o Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros (PDMS) apresentado pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) em março.

“A Aconseg-SP é a entidade que está liderando a qualificação que vai ao encontro do PDMS apresentado pela CNseg, cuja matriz é divulgar, de forma ampla, a cultura do seguro para o brasileiro. A partir do momento que a CNseg lidera o incentivo para que todos os brasileiros tenham o seu seguro, precisamos ter equipes capacitadas para atender a esse segurado”, explica Matos.

Amil Dental lança o podcast Conexão Dentista

Está no ar o primeiro episódio do podcast Conexão Dentista, apresentado pelo CEO da Amil Dental, Rodrigo Rocha. A ideia do programa é compartilhar conhecimento através de bate-papos descontraídos com convidados de diferentes áreas do mercado odontológico. Na estreia, há a participação da odontopediatra Glenda Nahás. O conteúdo pode ser acessado no canal do YouTube da Amil Dental, no portal Conexão Dentista (<http://www.conexao-dentista.amildental.com.br/>) e pelo Spotify, com novas edições a cada mês.

amil

“Queremos discutir temas relevantes com protagonistas da área como dentistas, acadêmicos, executivos de empresas e de entidades do setor odontológico, influenciadores e lideranças do mercado. Posso adiantar que inovação será um dos assuntos principais”, afirma Rodrigo Rocha.



Tokio Marine oferece plataforma de sites personalizável para os corretores

Com o objetivo de aprimorar a experiência digital dos corretores, a Tokio Marine lançou a



Tokio Sites, plataforma digital que permite a criação de páginas personalizáveis na web. Por meio da ferramenta, os corretores poderão vender os seguros da companhia pela internet por meio de um site leve, intuitivo e totalmente personalizável.

A plataforma é gratuita, sem limite de utilização e inclusive, uma vez que para a criação da página não é necessário que os usuários tenham qualquer conhecimento prévio de programação. Após finalizada, a página criada poderá ser compartilhada nas redes sociais e pelo WhatsApp. Disponível para todos os corretores que estiverem cadastrados no Portal Nosso Corretor, a Tokio Sites também poderá ser utilizada por aqueles que não estiverem inscritos no Portal, com a única diferença que, sem o cadastramento, não será possível inserir o cotador on-line na página.

SOMPO SEGUROS Nova estratégia em 2023

A Somo Seguros sempre atuou de forma muito próxima ao corretor por meio de sua política de Portas Abertas. “A cada ano, a Somo estrutura uma grade intensa de treinamentos e cursos de atualização para os corretores de seguros”, comenta Fernando Grossi, diretor Executivo Comercial e de Marketing. Segundo ele, além dos cursos on-line, em 2023 a companhia mudou um pouco a estratégia e os executivos em cada unidade regional têm a autonomia para avaliar as oportunidades de negócios e necessidades de aprimoramento dos corretores locais e organizar um treinamento desenvolvido com um conteúdo voltado à realidade de sua região. “Ao invés de estabelecermos uma grade única de treinamento ou desenvolver treinamentos pontuais, cada região cria sua grade trabalhando temas locais”, explica Grossi.

Bradesco Saúde aprimora experiência do corretor com IA



Com o objetivo de tornar ainda mais eficiente a experiência do corretor no atendimento pós-venda dos produtos SPG - para empresas de 3 a 199 pessoas - o Grupo Bradesco

Saúde promove duas importantes evoluções inseridas no Portal de Negócios: o uso da Bradesco Inteligência Artificial (BIA) no processo de alteração cadastral e o lançamento do Canal de Apoio ao Corretor (CAC).

“As novidades fazem parte de uma série de aprimoramentos na experiência do corretor nas solicitações de pós-venda dos produtos SPG, obtidas a partir da automação de diversos processos no sistema Movimentação Expressa, o MOVE”, afirma Sylvio Vilardi, diretor da Bradesco Saúde.

SulAmérica apresenta seus quatro novos planos odontológicos



A SulAmérica, comprometida em oferecer as melhores soluções para os beneficiários, reposicionou seus produtos da linha Odonto. Com novos planos odontológicos individuais, que contam com cobertura ampliada

de serviços e mais de 200 procedimentos adicionais liberados, a companhia anuncia novos benefícios para seus clientes. “Além de soluções para os beneficiários e beneficiárias, a SulAmérica busca também oferecer as melhores experiências para os parceiros de negócios. Com essas novidades, conseguimos entregar benefícios ainda mais completos para quem busca um plano odontológico”, comenta Juliana Caligiuri, vice-presidente Comercial da companhia.

Por meio de quatro novos planos - SulAmérica Odonto Mais, SulAmérica Odonto Mais Clarear, SulAmérica Odonto Mais Doc e SulAmérica Odonto Mais Orto -, a companhia apresenta opções com diferenciais que variam de acordo com as necessidades dos clientes.





Tokio Marine apresenta Manifesto ESG



A Tokio Marine lançou a página Tokio Sustentabilidade, espaço que reúne as informações sobre as iniciativas da companhia norteadas pelas melhores práticas ambientais, sociais e de governança. A novidade está alinhada ao Tokio ESG, pilar estratégico que visa amplificar ainda mais as ações da empresa em cada uma dessas frentes.

Os visitantes da página, que está hospedada no site da Tokio Marine, ainda podem conferir um vídeo com o Manifesto Tokio ESG, no qual é apresentado o conceito de cuidar da companhia, caracterizado pela promoção do desenvolvimento sustentável.

Para a diretora de Planejamento, Sustentabilidade e Pessoas da Tokio Marine, Luciana Amaral, essa é mais uma iniciativa em prol da transparência do trabalho que a empresa desenvolve. “Queremos expandir o olhar que temos sobre sustentabilidade para além da condução do negócio em si. Somos uma empresa que oferta e desenvolve produtos de seguros, mas estamos engajados em ser cada vez mais sustentáveis e em compartilhar essa diretriz com os nossos Parceiros de Negócios, Clientes e a sociedade em geral”, pontua a executiva.

Entre as principais ações de engajamento social realizadas pela Tokio Marine nos últimos anos estão projetos de inclusão, como o Sementes do Brasil; a Universidade Corporativa Tokio Saber; ações de diversidade, como a Tokio com Todos, que agrega uma série de iniciativas que visam a promoção do tema como, por exemplo, a contratação de profissionais com mais de 50 anos por meio do projeto Toque de Vivência e também o atendimento em libras realizado pela área de Contact Center.

400

Toneladas de materiais foram destinados à reciclagem provenientes de veículos sinistrados e sucateados em 2022

Confira o Manifesto:



Aconseg-SP participa de almoço do CCS-SP

A Bradesco Vida e Previdência conta com uma equipe especializada para atender o corretor de mercado, que são os profissionais que não ficam nas agências do banco. A estrutura comercial foi apresentada durante almoço-palestra realizado pelo Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) e contou com a presença do presidente da Aconseg-SP, Helio Opipari Junior. “Desenvolver o corretor para a distribuição dos produtos de Vida e Previdência é objetivo da Aconseg-SP. O fato de a Bradesco agora possuir um atendimento comercial dedicado aos corretores, com certeza, irá contribuir para que a companhia atinja seu objetivo”, comentou Helio Opipari Junior, presidente da associação.



Da esq. p/ dir.: Alvaro Fonseca, mentor do CCS-SP; José Pires, diretor comercial de Vida e Previdência; Helio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP, e Anderson Mundim, superintendente da Bradesco Vida e Previdência

Tribuna livre da Camaracor

Helio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP, participou da tribuna livre que a Câmara dos Corretores de Seguros de São Paulo (Camaracor) realizou com a Ituran do Brasil, em março.



Helio Opipari Junior (à esq.) e Boris Ber, presidente do Sincor-SP

Seguro de Vida: 10 dicas para assessorias

Leandro Henrique, diretor da Aconseg-SP, representou a entidade e as assessorias no Talk Show com Marcos Kobayashi, diretor da Tokio Marine Seguradora, em que foram discutidas estratégias para proteger mais pessoas com seguros de vida.



A Grande Jornada pelo Mundo do Seguro

Helio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP, falou sobre o trabalho da associação em entrevista a Pedro Barbato Filho no Programa A Grande Jornada pelo Mundo do Seguro, da Rádio Imprensa FM - 102,5 MHz.



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 | 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.

Multiplicar os ganhos da sua Corretora com a vigência plurianual do Residencial?

36

Vigência plurianual de até 36 meses para reduzir o trabalho operacional com renovação anual.

24

Assistência 24h 100% internalizada.



Sorteio Mensal de R\$ 10 mil para o Cliente e Corretora.



Cotação rápida e sem burocracia com a simplificação do cotador.

TOKIO MARINE RESOLVE Seguro Residencial

Quer saber mais?
Fale com o seu
Gerente Comercial.



ESCANEIE E CONFIRA.



tokiomarine.com.br
Tokio Marine Seguradora
/TokioMarineSeguradora
[tokiomarineseguradora](https://www.instagram.com/tokiomarineseguradora)

Uma Seguradora
completa pra você
ir mais longe.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

Planos de saúde SulAmérica com coparticipação!

SulAmérica

PME a partir de 3 vidas



Até **30%**

mais acessível se comparado
aos planos **sem coparticipação**.

Maior previsibilidade

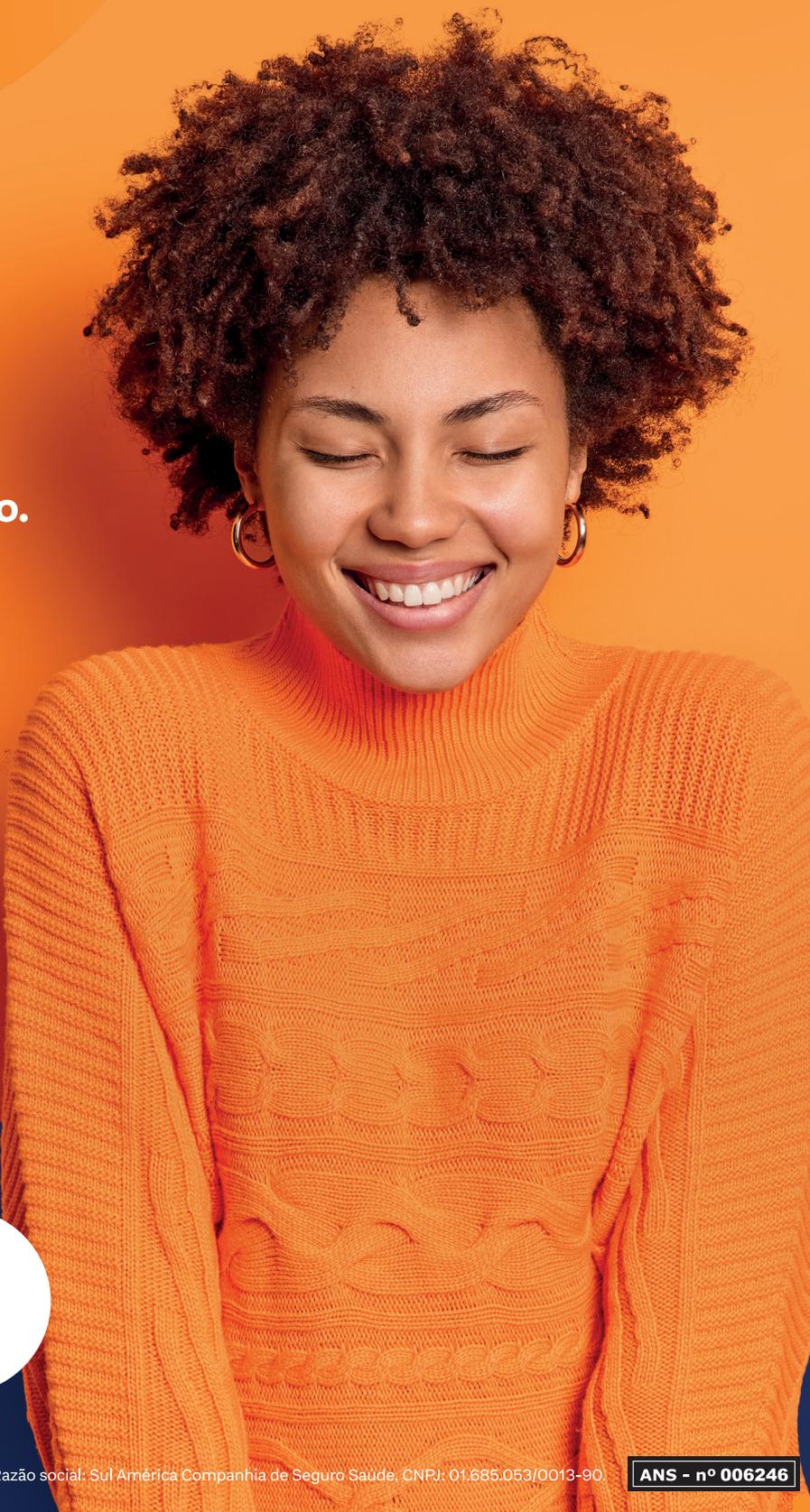
do valor a ser pago,
quando utilizado.

Modelo mais sustentável:

preços mais acessíveis com
uso mais consciente do plano.

Acompanhamento especializado

como gestação, terceira
idade e saúde emocional,
sem custo adicional.



Fale com a sua
Equipe Comercial