

Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria em Seguros do Norte e Nordeste

ACONSEG^{NNE}

ANO II . NÚMERO 4 . JAN/FEV/MAR 2024



TOKIO MARINE QUER AMPLIAR OPORTUNIDADES NO VAREJO

Marcos Kobayashi assume a Diretoria Comercial Varejo e Vida com a missão de tornar a companhia mais reconhecida e admirada pelos corretores, assessorias e clientes

Seguro empresarial

Saiba mais sobre a importância do gerenciamento de risco para aceitação do seguro e como evitar a cláusula de rateio

Produtos regionalizados

Custo acessível e qualidade da rede credenciada contribuem para o avanço do Plano de Saúde

Siga o @comvocecorretor

no Instagram e fique
por dentro do universo
dos Corretores de Seguros.



Acesse nosso perfil
pelo QR Code.



bradesco
seguros

Com Você. Sempre.



O CORRETOR É A CHAVE DE TUDO

A Aconseg-NNE começou 2024 com o lançamento do nosso site institucional. Nossa grande missão é nos tornarmos conhecidos e sermos reconhecidos pelo trabalho de cada associado para consolidarmos as parcerias já existentes e promover o nosso trabalho.

Acreditamos que a comunicação aliada ao conhecimento pode trazer mudanças significativas para o panorama do mercado de seguros em todo o Brasil.

Estreamos uma nova seção em nossa revista com a notícia de que após Recife (PE), Salvador (BA) e Natal (RN) também terão a Semana Municipal do Seguro, o que irá contribuir para a disseminação da cultura do seguro.

Nesta edição, abordamos um tema interessantíssimo, que é a importância de o corretor conhecer mais o gerenciamento de risco para aceitação no seguro empresarial e o relevante papel do consultor para evitar o acionamento da cláusula de rateio. Tudo gira em torno de o corretor ajudar o cliente a cuidar bem do seu negócio e, para isso, ele pode contar com as assessorias.

É uma honra lançarmos a nossa primeira edição desse ano trazendo na capa a Tokio Marine, uma das companhias que mais acredita e apoia as assessorias em todo o Brasil. Você vai conferir nas próximas páginas o bate-papo com Marcos Kobayashi que, recentemente, assumiu a Diretoria Comercial Varejo e Vida da companhia.

Iniciamos 2024 com muitos desafios e não podemos deixar de agradecer as seguradoras, MGAs e operadoras de planos de saúde que apoiam e operam através das assessorias da Aconseg-NNE e reconhecem que este canal de atendimento aos corretores de seguros está se fortalecendo cada vez mais em busca da excelência. São elas: Akad, Allianz, American Life, Amil, AXA, Berkley, BMG, Bradesco, CNP, Darwin, Essor, Excelsior, Ezze, Fator, Icatu, Junto, Livonius, Mapfre, MBM, Oceânica, Pottencial, Suhai, SulAmérica, Sura, Tokio, Unimed e Zurich.

O olhar dessas empresas é diferenciado e muito especial para as regiões Norte e Nordeste. E, em parceria com as assessorias e os corretores de seguros, vamos juntos crescer ainda mais em 2024! Afinal, o ano está só começando.



Djalma Ferraz, presidente da Aconseg-NNE

EXPEDIENTE

A **Revista da Aconseg-NNE** é uma publicação da Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Norte e Nordeste

Telefone: (84) 99834-2907

Email: contato@aconsegnne.com

Diretoria: Djalma Ferraz, presidente; Pedro Gomes, vice-presidente; David Correia, diretor financeiro; Elda Brito, diretora administrativa, e Eduardo Scartezini, diretor de Comunicação e Inovação

Comissão Editorial: Djalma Ferraz, presidente; David Correia, diretor financeiro, e Eduardo Scartezini, diretor de Comunicação e Inovação

Conteúdo Editorial, Projeto Gráfico e Diagramação: Editora Cobertura

Periodicidade: Trimestral **Distribuição:** gratuita

O conteúdo de artigos e matérias assinados são de responsabilidade exclusiva de seus autores.

Novas oportunidades no varejo com a melhor experiência do corretor

Marcos Kobayashi é um profissional querido no mercado de seguros. Em janeiro deste ano, ele assumiu um novo desafio: liderar a Diretoria Comercial Varejo da Tokio Marine, além da diretoria de Vida, que já estava sob seu guarda-chuva.

“Nessa nova posição, tenho a missão de dar continuidade ao excelente trabalho realizado no Varejo por dois grandes profissionais com os quais tive o prazer de trabalhar: Valmir Rodrigues e João Luiz de Lima. A Diretoria Comercial Varejo é extremamente importante para a Tokio Marine pois envolve processos operacionais, desenvolvimento e melhorias de produto e, principalmente, relacionamento com os corretores e assessorias. Atualmente, ela representa em torno de 71% de toda a produção da companhia”, comenta.

Além disso, em 2024, o executivo também celebra 40 anos de dedicação ao mercado de seguros. À *Revista da Aconseg-NNE* ele concedeu uma entrevista exclusiva em que fala do novo desafio e das projeções para as regiões Norte e Nordeste.

Revista da Aconseg-NNE | Como está a nova estrutura comercial sob o seu comando?

Marcos Kobayashi | Em termos de estrutura, sigo à frente da Diretoria Comercial Vida, com o apoio de Rosângela Spak, gerente Regional Comercial Vida Massificados e Lupércio Biscaro Neto, gerente Regional Comercial Vida PJ, além de todo o time comercial. Recentemente tomamos a decisão de transformar as gerências regionais da Diretoria Comercial Vida em gerências nacionais, com cada um dos gerentes cuidando de um segmento (PJ e Massificados), o que vem contribuindo bastante para o nosso crescimento. Já a estrutura do Varejo permanece a mesma, contemplando todo o território brasileiro e formado por oito diretorias regionais: SP Capital, SP Interior, RJ/ES, Norte, Nordeste, Minas Gerais, Centro-Oeste e Sul.

É uma honra liderar uma equipe tão valiosa em uma multinacional com tanta história e valores bem definidos, com profissionais experientes, competentes e com muito relacionamento no nosso mercado. Tenho ciência que esse desafio à frente da Diretoria Comercial Varejo e Vida não será fácil, mas estou preparado, com vários planos e muita disposição para tornar a nossa companhia ainda mais reconhecida e admirada pelos nossos corretores, assessorias e clientes.

RA | Algo mudará para os corretores e assessorias das regiões Norte e Nordeste?

MK | Vamos continuar com o forte relacionamento com os nossos corretores e assessorias da região, investindo sempre em capacitação e gerando oportunidades de negócios para os nossos parceiros. Planejamos muitas novidades e melhorias, sejam em novos produtos, serviços e atendimento, inclusive, com especialistas no segmento de Produtos PJ. Temos ótimas expectativas nestas regiões, principalmente, pelo trabalho realizado e, por esse motivo, as Diretorias Regionais Norte e Nordeste continuam sob o comando de Cefas Rodrigues e Ronaldo Dalcin, respectivamente.

RA | Tem algo que a Tokio vê como tendência para 2024 especificamente nas regiões Norte e Nordeste?

Há algum ramo que as assessorias e os corretores devem dar atenção especial?

MK | Pelos indicadores relacionados ao índice de parti-



Marcos Kobayashi
Diretor Comercial Varejo e Vida da Tokio Marine

cipação de seguros nas regiões Norte e Nordeste, podemos perceber que temos muita oportunidade de crescimento, o que só é possível com a união e engajamento de todos os elementos desse ecossistema segurador, com visão cada vez mais regionalizada. Estamos muito atentos aos movimentos relacionados ao Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) que, entre investimentos públicos e parcerias com o setor privado, poderá gerar aportes significativos em diversos segmentos, por exemplo: rodovias, ferrovias, portos, aeroportos, hidrovias, mobilidade urbana e diversas outras áreas. Acreditamos que esses investimentos contribuirão diretamente para uma melhora na qualidade de vida da população local, geração de renda e de empregos. A partir dessa implementação, teremos diversas possibilidades nas mais variadas soluções de proteção que o mercado segurador oferece. Além dos investimentos já anunciados pelo governo federal do PAC em obras de infraestrutura que impulsiona a demanda por seguros de Riscos de Engenharia, Garantia, RC, Vida e Auto, acreditamos que os setores de energia renovável e o agronegócio também nos proporcionará inúmeras oportunidades. Como uma seguradora Multiprodutos, estamos atentos a todas as oportunidades, principalmente em segmentos que vêm se destacando como o de Transportes, Empresarial, E&O, RD Equipamentos Agro, Garantia e os Massificados, Residencial, Condomínio e Fiança Locatícia.

RA | Qual é a estratégia para crescer nas regiões?

MK | Nossa estratégia de crescimento é baseada no trabalho em conjunto entre a matriz, as sucursais e os parceiros de negócios, assessorias e corretores. Como parte dessa atuação sinérgica, investimos em capacitação profissional e em tecnologia para que os profissionais possam se atualizar e gerar novos negócios por meio da diversificação de suas carteiras e adoção de novos processos. Contamos com inúmeras ferramentas e treinamentos sobre marketing digital, vendas, produtos, procedimentos, legislação, entre outros temas. Vamos continuar cada vez mais próximos dos corretores, provendo capacitação através da nossa plataforma de educação corporativa UP - Universidade Parceiros Tokio, preparando o corretor para ofertar novos produtos e serviços para sua base de clientes. Além disso, estabelecemos um plano robusto para aumentar a distribuição dos Produtos Pessoa Jurídica no Canal Varejo, aproveitando a capilaridade da Companhia. A ideia é fortalecer a marca Tokio Marine, desenvolver e ampliar oportunidades de negócios no Varejo focando na melhor experiência do corretor, por meio de atendimento diferenciado, treinamentos e divulgação de materiais para apoio a vendas.

RA | A companhia terá novidades em 2024?

MK | Para 2024, os planos da companhia são de manter os investimentos no País e a oferta de soluções de excelência que protejam a Vida e o Patrimônio das Pessoas e Empresas. Estamos avaliando uma série de ações para continuar crescendo em número de itens segurados na carteira de Automóvel, além do lançamento de novos produtos e serviços nas quatro grandes carteiras, Auto, Massificados, PJ e Vida. Investiremos no atendimento, tornando a nossa estrutura comercial mais leve e direcionada para negócios.

“INVESTIMOS CONTINUAMENTE PARA OFERECER OS MELHORES SERVIÇOS E PRODUTOS AOS NOSSOS PARCEIROS E CLIENTES DAS REGIÕES NORTE E NORDESTE, REGIÕES EXTREMAMENTE ESTRATÉGICAS PARA A COMPANHIA E TÃO RICAS E IMPORTANTES PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E CRESCIMENTO ECONÔMICO DO BRASIL”

RA | O engajamento dos corretores e assessorias no ramo Vida deve ser ainda mais alavancado?

MK | Nossos corretores e assessorias parceiros sempre foram engajados e comprometidos em promover uma maior conscientização sobre a importância do seguro de Vida para a proteção pessoal, financeira e familiar. Atualmente, contamos com 21 mil corretores produtivos no segmento de Vida em todo o País, o que representa mais da metade da quantidade de corretores na companhia. Esse engajamento vem aumentando, principalmente pelo movimento de aculturação promovido pela Tokio Marine e é fundamental para conseguirmos encarar o grande desafio do seguro de Vida que, por ser um seguro por demanda, precisa ser ofertado de maneira recorrente pelos corretores, pois muitos clientes ainda não têm consciência da importância da contratação de um seguro de Vida Individual, com consultoria para atender exatamente as necessidades de cada pessoa.

RA | Como tem sido o engajamento dos corretores e assessorias no Green Vida? Qual é a expectativa para esse ano?

MK | O Green Vida Brasil já é um movimento bem consolidado entre os corretores e assessorias, não apenas nas regiões Norte e Nordeste, mas no Brasil inteiro. A mobilização de todos, corretores, assessorias e time comercial, tem sido fundamental para o êxito em todas as edições. A primeira edição de 2024 foi um sucesso em geração de negócios, o que aumenta a nossa expectativa para as próximas edições. É importante mencionar que nos últimos anos a área de Vida da Tokio Marine foi se tornando uma referência no mercado com iniciativas como Movimento Vida Saudável, A Vida é o que Importa, Green Vida Brasil etc., que nos ajudam a aumentar a conscientização da sociedade sobre essa modalidade de seguro e as regiões Norte e Nordeste são imprescindíveis na promoção dessa cultura. Consequentemente, esse aumento da visibilidade da companhia nesse segmento impactou as vendas - um exemplo disso é que recentemente batemos um importante recorde e ultrapassamos a marca de meio bilhão em faturamento na Diretoria Comercial Vida.

A conexão da cláusula de rateio e do gerenciamento de risco com o papel do corretor

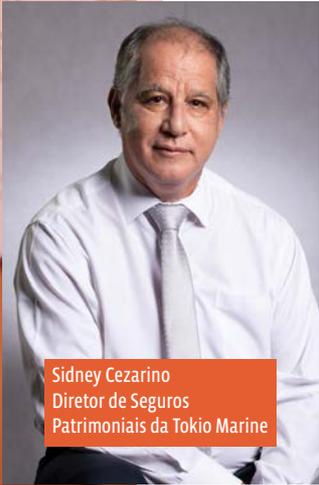
Conjunto de ações simples orientadas pelo corretor ao cliente ajuda o segurado a cuidar bem do seu negócio, na aceitação do seguro, a diminuir o risco de incêndio e o acionamento da cláusula de rateio

Ventilador industrial que fica ligado. Mercadoria armazenada até o teto próxima à lâmpada. Quadro elétrico em aquecimento. Esses são alguns dos pequenos deslizes que podem gerar uma ocorrência de incêndio nas empresas.

“A maioria das ocorrências de sinistros são de causas evitáveis, por isso o gerenciamento de risco é cuidar bem. Quando o segurado faz isso de forma mais consistente, ele ajuda a preservar o negócio dele e a relação disso com o seguro é automática. Quanto melhor o risco estiver administrado, a probabilidade de ocorrer o incêndio é menor. Isso implica na aceitação do risco pela seguradora”, explica Sidney Cezarino, diretor de Seguros Patrimoniais da Tokio Marine.

Cezarino diz que gerenciamento de risco é um nome difícil para algo simples. “Gerenciamento é cuidar bem com as melhores práticas, checar os dispositivos de proteção, se o extintor está em dia, se o hidrante está com as mangueiras certinhas, se tem AVCB (Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros) regularizado, se as instalações elétricas estão bem preservadas”, exemplifica.

Em comum acordo está David Beatham, diretor executivo de Automóvel e Massificados da Allianz Seguros, para quem a partir das



Sidney Cezarino
Diretor de Seguros
Patrimoniais da Tokio Marine

boas práticas empresariais, a probabilidade de a seguradora aceitar o risco e oferecer uma apólice é muito maior. “Consequentemente, o corretor também fechará mais negócios. Nesse processo, o corretor que atua como consultor se consolida como um especialista aos olhos do cliente, o que também pode levar a mais negócios – seja como indicação para conhecidos ou oferecendo outros produtos que façam sentido para as necessidades do segurado”, diz.

Leonardo Freitas, diretor Comercial da Bradesco Seguros, define o gerenciamento de risco como importante no processo de aceitação e precificação dos riscos, pois permite que a seguradora conheça os padrões de segurança adotados contra incêndio e as medidas que foram tomadas para mitigar riscos específicos e possíveis vulnerabilidades.

“Ele é, sim, muito relevante e pode ajudar o corretor e a seguradora a serem mais assertivos na construção da melhor solução em termos de proteção”, destaca Freitas.

Para Hamilton Sobrinho, diretor territorial da MAPFRE para as regiões Norte e Nordeste, o gerenciamento de risco é fundamental no seguro Empresarial, pois serve como um escudo contra potenciais perdas financeiras e operacionais que as empresas podem enfrentar no seu dia a dia. “Ao compreender e aplicar práticas eficazes de gerenciamento, as empresas podem minimizar os riscos associados às suas operações, tornando a aceitação da apólice mais atraente para as seguradoras. Para os corretores, a oferta de serviços de consultoria em gerenciamento de riscos pode ser um diferencial competitivo, agregando valor aos seus serviços e fortalecendo a confiança do cliente e a fidelização para futuros negócios”.

“Essa atuação, que permite ao corretor construir relacionamentos sólidos com os clientes e contribuir para a redução dos riscos operacionais das empresas seguradas, pode resultar em uma maior probabilidade de fechar negócios e manter clientes satisfeitos a longo prazo”, acrescenta Tiago Santana, superintendente de Engenharia de Riscos da Seguradora Zurich.

Para contribuir, a seguradora Zurich tem uma solução de engenharia de riscos focada na prestação de serviços de prevenção: a Zurich Resilience Solutions (ZRS). “Por meio dessa solução, a companhia oferece um amplo leque de soluções de gestão de riscos, com foco em tipos específicos de serviços como resiliência climática e gestão da cadeia de suprimentos, além dos tradicionais direcionados para prevenção de riscos de incêndio, quebra de máquinas, interrupção de produção, entre outros, para diversos segmentos da indústria”, comenta Santana.

Cláusula de rateio

No Empresarial, as taxas de seguro são aplicadas no valor em risco (a seguradora calcula todos os valores em risco, que é quanto vale o prédio, as mercadorias, as máquinas e os equipamentos) conforme a atividade do segurado.

ESTIMA-SE QUE ENTRE 30% A 40% DAS APÓLICES ESTÃO COM O VALOR EM RISCO INFERIOR AO QUE DEVERIA

“Se esse valor em risco estiver inferior ao valor em risco declarado, a seguradora deixou de receber prêmio porque o valor em risco foi declarado de forma incorreta. Se o valor em risco for declarado 50% menor do que efetivamente é, quando ocorrer o sinistro, a seguradora vai indenizar 50% menos. É o que chamamos de rateio”, explica Cezarino sobre o que ocorre quando o segurado participa proporcionalmente daquilo que deixou de declarar porque a seguradora deixou de receber prêmio.

“É importante evitar a aplicação do rateio. A melhor forma para isso é conhecer o segurado e conhecer algumas coisas que têm afetado a nossa economia. Só de inflação foi 88%, de 2003 a 2023. Isso significa que um bem que você pagou um valor X há 10 anos, só pela inflação ele está quase 90% mais caro. Se você não corrige isso nas apólices, o segurado vai ter deficiência de valor quando ocorrer o sinistro. Fora o risco cambial porque muita coisa é importada. Às vezes, o segurado incluiu o equipamento e não declarou. Para ajudar o segurado nisso, a Tokio Marine fez um folheto eletrônico, que se chama como declarar corretamente o valor em risco”, detalha o diretor.

“A cláusula de rateio diz que, quando o valor em risco declarado pelo segurado for inferior ao valor apurado pela seguradora em um eventual sinistro, o segurado participa nos prejuízos junto com a seguradora, ou seja, a indenização pode ser menor do que a esperada. Por isso, é fundamental que, durante as negociações, o corretor explique a importância do segurado sempre fornecer as informações atualizadas dos valores dos bens que serão segurados”, recomenda Sobrinho.

Segundo Beatham, no produto Allianz Empresarial para valor em risco apurado de até R\$ 3 milhões, não há aplicação de rateio. “Esse valor só é apurado no momento do sinistro e considera os valores referentes ao prédio, bens, mercadorias, matéria-prima, máquinas, móveis e utensílios. Acima desse valor poderá ser aplicada a cláusula de rateio, quando o valor em risco contratado x valor em risco apurado for inferior a 80%. Por isso, é muito importante que a contratação seja feita da forma correta”, ressalta.

Freitas destaca a importância de entender a cláusula de rateio para evitar surpresas no momento de um sinistro. “A leitura atenta da



Leonardo Freitas
Diretor Comercial da Bradesco Seguros



Hamilton Sobrinho
Diretor Territorial da MAPFRE



Tiago Santana
Superintendente de Engenharia
de Riscos da Seguradora Zurich



David Correia
Diretor Financeiro da Aconseg-NNE



David Beatham
Diretor executivo de Automóvel e
Massificados da Allianz Seguros

apólice é de suma importância, pois permite que o segurado saiba como o rateio é aplicado e as implicações para o negócio. É um momento importante para a compreensão do sub-seguro (quando o valor segurado é menor que o valor real dos bens segurados) e, com isso, estimar adequadamente o valor dos ativos da empresa. Abordar a cláusula de rateio no seguro Empresarial envolve o funcionamento, evitar o sub-seguro e a busca por orientações, quando necessário. Desmistificar o rateio requer transparência, educação e suporte a cliente por parte dos corretores e seguradoras”, menciona o diretor da Bradesco.

Como evitar a cláusula: o papel do corretor

“Quando se aplica o rateio gera-se uma imagem ruim porque o segurado é penalizado, por isso ajudamos o corretor a explicar como faz a declaração de forma correta”, alerta o diretor da Tokio.

Segundo uma estimativa conservadora, entre 30% a 40%

das apólices estão com o valor em risco inferior ao que deveria ser.

Nesse sentido, conforme David Correia, diretor Financeiro da Aconseg-NNE, o corretor, mais uma vez, tem um papel fundamental na orientação do cliente, conhecendo o risco que está sendo contratado. “O corretor pode, através do gerenciamento de risco, identificar, avaliar e mitigar os riscos enfrentados pela empresa, discutindo coberturas e valores de importâncias seguradas. Em alguns casos, sugere-se uma vistoria para mensurar todos os riscos envolvidos. A assessoria é um canal que o corretor tem para discutir tecnicamente e apoiá-lo junto às seguradoras, reduzindo a ocorrência de sinistros e impactos financeiros e operacionais”, comenta.

Para evitar isso, o corretor precisa atualizar anualmente esses valores junto ao segurado. “O corretor é a chave nesse processo todo e precisa entender o que é o rateio, ajudar o segurado e conhecê-lo. Também é importante visitá-lo e mostrar se a declaração dele está correta para que a apólice cumpra o seu objetivo, que é ajudar o segurado a ter continuidade no negócio, se ocorrer um sinistro”, destaca o diretor da Tokio.

“Apesar da oferta de seguros para empresas, muitos empresários ainda desconhecem que podem contratar este produto de forma simplificada. Nesse sentido, é interessante trabalhar no viés de desmistificar a ideia de que o seguro é somente uma despesa, e sim um investimento no patrimônio da empresa. Além disso, é necessário reforçar que o seguro empresarial contribui para que os empresários mantenham também suas operações”, comenta o diretor da Allianz. “É um produto que protege o empresário dos riscos imprevistos aos seus negócios, riscos estes que podem ameaçar suas operações e, inclusive, podem levar ao encerramento da empresa e de suas atividades”, completa.

A forma mais eficiente de o corretor conscientizar o cliente sobre a importância do seguro Empresarial é quantificar o custo de não ter seguro em termos financeiros e operacionais. “Isso pode incluir a apresentação de estudos de caso relevantes, destacando os impactos financeiros e operacionais de não ter um seguro adequado para suas operações, por exemplo. Ao abordar o cliente, é importante que o corretor explique claramente os diferentes tipos de cobertura disponíveis e como cada um pode proteger o negócio contra uma variedade de riscos. O objetivo é fazer com que ele entenda que o seguro não é apenas um custo, mas um investimento essencial na proteção e sustentabilidade de seus negócios”, orienta Sobrinho.

Freitas destaca que na disseminação de seguros no país e no próprio crescimento do setor, o corretor de seguros tem um papel primordial: destacar o valor intangível da proteção e segurança. “Não é diferente no seguro Empresarial. Contudo, esse profissional deve conscientizar o cliente de que ele dispõe de muitos benefícios ao contratar um seguro. Reforçar a relação custo-benefício, de acordo com o perfil de cada cliente, também é um diferencial importante”.

O superintendente da Zurich ressalta a importância de lembrar que o seguro Empresarial não se limita apenas à proteção contra perdas financeiras, mas também à preservação dos ativos da empresa.

Aconseg-NNE fortalece identidade digital

Dar visibilidade ao trabalho das assessorias dos extremos Sul da Bahia ao Norte de Rondônia tem sido o foco da diretoria de Comunicação e Inovação da associação

São 35 associadas em um território de mais de 5 milhões de quilômetros quadrados. Para dar visibilidade a todo o trabalho das assessorias e ter também entre elas um ponto forte de conexão, a comunicação foi pensada pela Aconseg-NNE desde a sua fundação como algo estratégico.

Em apenas dois anos, a diretoria de Comunicação e Inovação, liderada por Eduardo Scartezini, deu passos importantes em direção ao seu objetivo. A associação iniciou o ano de 2024 com o lançamento de site institucional (www.aconseg-nne.com.br) e a atuação em mais duas redes sociais LinkedIn e Facebook.

“O site é leve, moderno e bastante interativo. Nele, todos os stakeholders poderão saber o que é, como nasceu e quem são as 35 assessorias que fazem parte da Aconseg-NNE. Além disso, podem identificar as seguradoras parceiras das assessorias e acompanhar informações, eventos e reuniões relevantes que a Aconseg-NNE participe ou promova”, destaca.

Scartezini ressalta que a Diretoria de Comunicação e Inovação da Aconseg-NNE foi criada com a missão de expor todo o trabalho da associação ao longo da sua jornada e manter a comunicação em alta entre as associadas, os corretores e os parceiros seguradores. “Nossa capilaridade é enorme, pois vamos do extremo sul da Bahia ao extremo norte de Rondônia. Trabalhamos toda a extensão territorial e os interiores de todo o norte e nordeste, que é um dos pontos mais desafiadores, e precisávamos dar visibilidade a tudo isso”.



Eduardo Scartezini
Diretor de Comunicação e Inovação da Aconseg-NNE



@aconseg-nne
 aconseg-NNE
 aconseg-nne

ACESSE O SITE



Estratégia afinada

O site, o Facebook e o LinkedIn se unem ao Instagram e à Revista da Aconseg-NNE, publicação trimestral nos formatos impresso e digital, e compõem a identidade digital da associação. Inclusive, o site dá acesso às redes e também à versão digital da publicação.

“Tínhamos a necessidade de consolidar o papel da Aconseg-NNE no mercado segurador e fortalecer cada um dos nossos associados diante de todos os corretores e parceiros seguradores, os que já temos e os que desejamos obter. Precisávamos de um veículo de comunicação que ecoasse todo esse trabalho e desse mais visibilidade ao trabalho de cada associado. Apenas o Instagram nos limitava. É público e notório que depois da revista tivemos um salto de visibilidade fantástico”, analisa o diretor, para quem foi muito rápido o resultado obtido com o lançamento da revista a partir do trabalho de uma editora especializada.

A publicação tem como objetivo fazer o link entre os parceiros seguradores, os associados e os corretores. “Na revista, os executivos trazem informações relevantes que agregam para o dia a dia do corretor e as assessorias associadas. Já as redes sociais têm o cunho de expressar ao público o que é o trabalho das assessorias e também dar visibilidade para a publicação”, explana Scartezini, que também coordena a Comissão de Comunicação e Marketing.

“NOSSA CAPILARIDADE É ENORME, POIS VAMOS DO EXTREMO SUL DA BAHIA AO EXTREMO NORTE DE RONDÔNIA. TRABALHAMOS TODA A EXTENSÃO TERRITORIAL E OS INTERIORES DE TODO O NORTE E NORDESTE, QUE É UM DOS PONTOS MAIS DESAFIADORES, E PRECISÁVAMOS DAR VISIBILIDADE A TUDO ISSO”

Estratégias regionais no Saúde

Ampliar o acesso à saúde de qualidade em todo País por meio de produtos regionalizados tem sido a estratégia das companhias

“ESSE MODELO PERMITE TRABALHAR PARTICULARMENTE CADA LOCALIDADE. O DESTAQUE DESSE SEGMENTO FICA POR CONTA DOS PRODUTOS EFETIVO. SÃO PLANOS QUE OFERECEM COBERTURA NACIONAL, MAS QUE SÃO DESENVOLVIDOS COM OLHAR REGIONAL, COM UMA REDE DE PRESTADORES QUE O CLIENTE JÁ CONHECE E APROVA NA SUA REGIÃO”



Flavio Bitter
Diretor-gerente da Bradesco Saúde

Em 2023, a Bradesco Saúde fortaleceu a sua estratégia regional, a partir de um novo modelo comercial. “Essa nova estrutura possibilitou maior proximidade com os corretores e assessorias, com estratégias de venda mais assertivas, adaptadas às necessidades locais”, destaca Flavio Bitter, diretor-gerente da Bradesco Saúde.

A companhia também tem investido no fortalecimento da base de corretores. Para tanto, uma das iniciativas de destaque é o programa Meu Primeiro SPG, lançado em junho de 2023 nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. “O objetivo foi identificar corretores que ainda não comercializavam os seguros Saúde e Dental e capacitá-los para que pudessem atuar também nesses segmentos, com foco nas oportunidades para pequenas e médias empresas. A iniciativa foi mui-

to bem recebida nessas regiões. A primeira turma preparou 75 corretores, que têm comemorado resultados positivos com a venda do Saúde e do Dental”.

Outra estratégia tem sido a diversificação do seu portfólio com destaque para a regionalização, agregando uma nova modalidade aos planos. “Esse modelo permite trabalhar particularmente cada localidade. O destaque desse segmento fica por conta dos produtos Efetivo. São planos que oferecem cobertura nacional, mas que são desenvolvidos com olhar regional, com uma rede de prestadores que o cliente já conhece e aprova na sua região. Essa rede dimensionada de acordo com a necessidade de cada região possibilita o melhor equilíbrio entre disponibilidade, qualidade e eficiência. Tudo isso a custos competitivos, ampliando o acesso”, explica.

O Efetivo já está presente em 18 praças pelo País, incluindo mercados importantes do Norte e do Nordeste, como Amazonas, Bahia, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Tocantins. “O produto tem sido muito bem recebido nesses mercados. Prova disso é que, na comparação de 2023 com 2022, a nossa base de beneficiários de planos regionais cresceu 32% no Norte e 19% no Nordeste”, analisa Bitter.

Diretos são destaque

“A SulAmérica cada vez mais reafirma sua presença no País. Nas regiões Norte e Nordeste o foco tem sido nos Produtos Saúde, Odonto e Seguro de Vida. Inclusive, como grande destaque tivemos os lançamentos da linha dos Produtos Diretos Regionais e Nacionais, presentes de forma firme em João Pessoa, Recife, Bahia e Fortaleza”, comenta Marileide Carvalho, superintendente de Relacionamento com Clientes Norte e Nordeste da SulAmérica.

O portfólio da companhia está bastante diversificado, em função dos Produtos Diretos e, conforme Marileide, o apetite é crescer cada vez mais. “A estratégia é oferecer atendimento de excelência, com produtos a preços otimizados e personalizados de acordo com as características das regiões, sempre procurando atender às expectativas de diferentes públicos. Assim, procuramos contribuir para ampliar o acesso à saúde de qualidade em todo País e as regiões Norte e Nordeste se destacam neste processo de expansão”.

Segundo Marileide, a SulAmérica foca na melhoria constante da sua jornada. “Oferecendo sempre a melhor qualidade assistencial, visando reter o consumidor através dos serviços e atendimentos de qualidade, associado a uma Rede Médica completa, com canais de comunicação efetivos, tornando a experiência do cliente cada vez mais aprimorada”.



Na companhia, como destaca a superintendente, o pipeline está bem aquecido e, além de expandir com os Produtos Diretos e a reformulação do portfólio do Odontológico, inicia 2024 com um produto exclusivo e único no mercado voltado para os médicos.

“Este é um produto definido como uma fusão de seguro de Vida e Plano de Saúde. Temos atendimento nos melhores hospitais do País, e cobertura de saúde completa: internações, cirurgias, pré-natal, check-up preventivo, descontos para consultas particulares, farmácias e laboratórios, além de reembolsos de acordo com o plano contratado. Os beneficiários do plano também têm seguro-viagem nacional e internacional, além de cobertura por morte natural e acidental e assistências funerárias”, descreve.



Marileide Carvalho
Superintendente de
Relacionamento com Clientes
Norte e Nordeste da SulAmérica

“A SULAMÉRICA CADA VEZ MAIS REAFIRMA SUA PRESENÇA NO PAÍS. NAS REGIÕES NORTE E NORDESTE O FOCO TEM SIDO NOS PRODUTOS SAÚDE, ODONTO E SEGURO DE VIDA. INCLUSIVE, COMO GRANDE DESTAQUE TIVEMOS OS LANÇAMENTOS DA LINHA DOS PRODUTOS DIRETOS REGIONAIS E NACIONAIS, PRESENTES DE FORMA FIRME EM JOÃO PESSOA, RECIFE, BAHIA E FORTALEZA”



Agora, Recife, Salvador e Natal terão a Semana Municipal do Seguro

Outubro, que já é especial por ser o mês do corretor de seguros, na cidade de Natal (RN), terá mais um motivo comemorativo. Afinal, a Câmara Municipal de Natal aprovou a Lei nº 7.643, de autoria do vereador Klaus Araújo, que institui a Semana Municipal do Seguro. A ação entrará no calendário oficial de eventos da capital norte-rio-grandense a partir de 2024 e será realizada anualmente, sempre na primeira semana do mês de outubro.

De acordo com o vereador Klaus Araújo, a ideia da proposta é difundir e disseminar a cultura securitária e da gestão de riscos, estimular a criação e a divulgação de políticas públicas que promovam maior confiabilidade e qualidade aos serviços prestados ao consumidor, como também prioriza a valorização do profissional corretor de seguros.

“A criação da Semana Municipal do Seguro em Natal é, de fato, algo que coroa uma indústria que vem demonstrando

NORDESTE NEWS

sua importância na economia e na sociedade e, cada vez mais, trazendo essas iniciativas à tona para que elas alcancem toda a população”, celebra o presidente do Sindicato da Seguradoras Norte e Nordeste (Sindsegne), Ronaldo Dalcin.

“A lei 7.643 fará com que tenhamos ações da prefeitura, do mercado segurador e todo o ecossistema voltado para a conscientização da população sobre o quanto o seguro é uma importante ferramenta de equilíbrio financeiro. Levar essas iniciativas à tona através de ações com certeza proporciona uma maior visibilidade para o mercado segurador”, comemora o presidente do Sincor-RN, Jaques Andrade.

Com isso, três capitais do Nordeste passam a trabalhar a temática do seguro. Afinal, em 2023 a Câmara do Recife (PE) aprovou o Projeto de Lei nº 150/2023, de autoria do vereador Zé Neto, que também criou a Semana Municipal do Seguro. A ação também entra no calendário oficial de eventos da capital pernambucana a partir de 2024 e ocorrerá, anualmente, sempre na segunda semana do mês de agosto.

“Fomos a primeira cidade do Brasil a criar a Semana Municipal do Seguro. Isso vai trazer uma visão diferente do seguro. Agora é obrigatório que todas as secretarias falem em seguro, inclusive as escolas públicas terão a obrigação de falar em seguro”, comenta o presidente do Sincor-PE, Carlos Valle.

A outra cidade é Salvador (BA). O projeto de lei de autoria do vereador Alberto Braga, aprovado em dezembro do ano passado, instituiu que a Semana Municipal do Seguro deve acontecer todo ano, na terceira semana do mês de outubro e fará parte do calendário oficial da capital baiana.

Olhos voltados para Pernambuco

Carlos Valle destaca a atuação do corretor, a importância do Estado e diz: “O corretor pernambucano é 100% seguro”

Pernambuco é um celeiro de oportunidades e um dos estados que mais tem crescido no Brasil. “Aqui, está se instalando o Porto de Suape, onde já temos a refinaria, cuja construção foi retomada e já percebemos empresas gravitando em torno dela. Já temos dois estaleiros e diversas indústrias, inclusive com produtos diferentes, que fazem com que o mercado de seguros passe a ter novas modalidades, novos trabalhos e produtos para segurar. Isso coloca Pernambuco bem representado. Além disso, tem o conceito de ser o mercado mais unido do Brasil. Procuramos evoluir com as discussões, as diferenças não encerram amizades, ao contrário, elas constroem”, analisa Carlos Valle, presidente do Sincor-PE.

Ele observa que o corretor de seguros no Estado tem sido bastante atuante e presente, pois é observado o interesse crescente através da participação de cursos, nos eventos e isso faz uma diferença muito grande. “O corretor pernambucano é 100% seguro. Existe uma demanda natural de corretores de seguros de outros Estados que estão vindo pra cá, mas o corretor de seguros do Pernambuco tem sido competente e conseguido fazer com que os seguros permaneçam e sejam feitos por aqui”.

A especialização tem sido um desafio dos corretores do Estado do Pernambuco, mas também de todo o Brasil. “O corretor tem que perceber que os novos tempos exigem especialidade. Antigamente, quem dava o preço do seguro de Automóvel era a Susep. O corretor chegava para o cliente e apresentava, e não tinha concorrência e modificação. Hoje tem e o corretor se adaptou. Está chegando muita seguradora nova com propostas diferentes e a dificuldade é entender que tem de se especializar. Saber de todos os seguros de todas as seguradoras é difícil. O corretor que quer atuar em todos os ramos tem que buscar parcerias”, orienta.

Na visão de Valle, todas as profissões que se desenvolveram passaram por especialização, como a medicina e o direito.

Nesse sentido, as assessorias em seguros podem contribuir. “A assessoria tem de ser um bom representante da seguradora, que conhece todos os seus produtos. A assessoria ajuda as seguradoras a se fazerem presentes na região e auxiliam o corretor, que vai ter alguém próximo a ele para resolver os seus problemas. As assessorias cumprem um papel importantíssimo”, comenta Valle. “Vejo com muito bons olhos a presença e o papel das assessorias. O corretor precisa de produto para vender. Está chegando muita gente nova e é necessário ter presença. Se não tiver presença, não vende”.

“O conhecimento é o mais importante para o profissional



de qualquer área ser bem-sucedido. O corretor é um profissional multiuso porque tem que entender de mercado e de produto. Mas, para crescer, ele tem de se dedicar a um ramo de seguro”.

Expo Seguros

O Sincor-PE está organizando a Expo Seguros, que será realizado no shopping RioMar Recife. “A feira é voltada para o público consumidor com o intermédio do corretor de seguros, que será o elemento-chave na feira. Estaremos dentro de um shopping que tem 60 mil visitantes por dia. É o maior shopping da região”, destaca Valle.

O sindicato também tem investido em outras ações como o Programa Segura Essa!, que traz histórias de seguro. “Qualquer corretor de seguros do Brasil inteiro pode gravar um vídeo contando sua história, seja ela alegre ou triste, e nos enviar”, conta o presidente.

“O CONHECIMENTO É O MAIS IMPORTANTE PARA O PROFISSIONAL DE QUALQUER ÁREA SER BEM-SUCEDIDO. O CORRETOR É UM PROFISSIONAL MULTIUSO PORQUE TEM QUE ENTENDER DE MERCADO E DE PRODUTO. MAS, PARA CRESCER, ELE TEM DE SE DEDICAR A UM RAMO DE SEGURO”



FOTO | CQCS



Da esq. p/ dir.: Eduardo Scartezini (diretor de Comunicação e Inovação da Aconseg-NNE), Cinda Braga (Comercial Vida PJ Tokio Marine), Sílvia Santana (Vida PF Tokio Marine), André Fonseca (Dafonseca Assessoria), Cássio Coutinho (Gerente Tokio Bahia) Valquíria e Ludmila Ferreira (V6 Assessoria), Pedro Henrique (Resulta Assessoria), Pedro Correa (vice-presidente Aconseg-NNE) e Cybele Neumann (Gerente Tokio Sergipe e Alagoas)

ASSESSORIAS PARTICIPAM DE PALESTRA DO DIRETOR DA TOKIO MARINE

O diretor Comercial de Varejo e Vida da Tokio Marine, Marcos Kobayashi, foi apresentado oficialmente aos corretores e assessorias do nordeste em evento realizado em meados de março participaram do encontro realizado no Auditório do Trade Center Torre 5, no Shopping Riomar, em Recife. Na ocasião, Kobayashi compartilhou a visão estratégica e as ações em termos de produtos, serviços e atendimentos da companhia.

ACONSEG-NNE NA COMUNIDADE DO SEGUROCAST

Augusto César Araujo, responsável pelo SeguroCast, criou uma comunidade e a Aconseg-NNE foi convidada a participar como apoiadora. “A comunidade tem como objetivo integrar e conectar todas as pessoas que fazem parte do mercado segurador sem fronteiras”, destaca Eduardo Scartezini, diretor de Comunicação e Inovação da Aconseg-NNE.



A FORÇA DA COMUNICAÇÃO

O presidente da Aconseg-NNE, Djalma Ferraz, participou, em São Paulo, do evento “A força da comunicação no mercado de seguros”, realizado pela



Freela Comunicação. Ferraz é um entusiasta da importância da comunicação no mercado de seguros, seja no envolvimento com os corretores ou com o consumidor final.

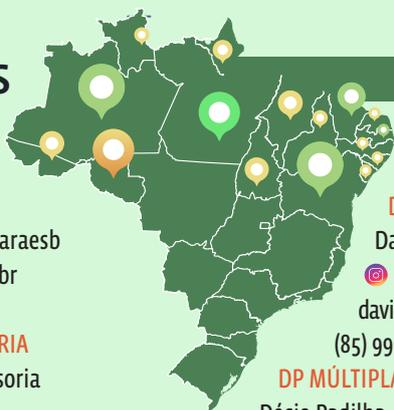
“A Aconseg-NNE tem investido bastante em comunicação. Em primeiro lugar, da publicação da nossa revista, que vem sendo editada periodicamente, e também no investimento em comunicação e marketing através das nossas redes sociais. Nosso objetivo é nos comunicar cada vez mais com o mercado de corretores e consumidores fomentando a cultura do seguro, especialmente nas regiões Norte e Nordeste, mostrando a relevância dessas duas regiões para o mercado nacional”, analisa.



A REVISTA DA ACONSEG-NNE CHEGA AO SEU PÚBLICO

A edição número 3 da Revista da Aconseg-NNE entrou em circulação e as assessorias associadas se engajaram na distribuição de exemplares para os corretores e executivos de seguradoras parceiras. Bora dar um giro para ver quem deu uma olhadinha na nossa revista. Afinal, dentre as lideranças do mercado estão Antônio Daniel, presidente do CSP-BA (foto 1).

AS ASSOCIADAS



AGB ASSESSORIA

Anderson Bezerra | [@aguimaraesb](#)
anderson@agbassessoria.com.br
(81) 99217-3014

ÁGIL ASSESSORIA E CONSULTORIA

Mirela Soares | [@agil_assessoria](#)
mirela@agilassessoria.net
(98) 99975-9933

ASSESSORIA FERRAZ

Djalma Ferraz | [@af_assessoriaferraz](#)
djferraz@hotmail.com | (77) 98809-3606

ATENAS ASSESSORIA

Yuri Costa | [@atenasseg](#)
yscosta@uol.com.br | (75) 99977-0063

BISPO ASSESSORIA

Cidalia Bispo | [@cidaliabispo.assessoria](#)
cidalia.bispo@bbispoassessoria.com.br
(71) 98118-7601

BRITO ASSESSORIA DE SEGUROS

Julliano Brito | [@britoassesso](#)
julliano.brito@britoassessoria.com.br
(74) 98822-3579

CARDOSO ASSESSORIA DE SEGUROS

Ellane Cardoso | [@cardosoassessoria](#)
assessoria.ellanecardoso@gmail.com
(94) 99132-7327

CARIRI CONSULTORIA

E ASSESSORIA

Pedro Felício | [@caririassessoria](#)
pedrofelicio@caririassessoria.com
(88) 98180-2550

CM ASSESSORIA E CONSULTORIA MA

Cláudio Mourão | [@cmassessoriam](#)
claudio.cmassessoria@gmail.com
(98) 98833-6181

CONNECTASEG ASSESSORIA

Elda Wylga | [@connectaseg](#)
elda@connectaseg.com
(86) 98128-4579

CONSERTS ASSESSORIA

Sérgio Tadeu | [@consertsassessoria](#)
s.tadeu@terra.com.br
(81) 98794-0393

DAXA ASSESSORIA DE SEGUROS

Daniela Israel | [@daxa.assessoria](#)
daniela.israel@daxaassessoria.com
(81) 98286-1818

DC ASSESSORIA

David Correia
[@_dcassessoria](#)
david@dcassessoria.com.br
(85) 99994-3528

DP MÚLTIPLA ASSESSORIA

Décio Padilha

[@dpmultiplassessoria](#)
decio@dpmultiplaseguros.com.br
(81) 99973-9858

FRANQUIADA ASSESSORIA

Yvana Naira | [@franquiadaassessoria](#)
yvana@franquiada.com.br
(75) 98130-9124

GARANTIA SEGUROS JOÃO PESSOA

Adjmir Pontes | [@garantiaseguros](#)
adjmir.cesar@garantiaseguros.com.br
(83) 98822-4242

GARANTIA SEGUROS RECIFE

Hodson Menezes | [@garantiaseguros](#)
hodson.menezes@garantiaseguros.com.br
(81) 99971-1953

GRUPO ALMEIDA COSTA

Joacy Almeida | [@grupo_almeida_costa](#)
joacy@grupoalmeidacosta.com.br
(69) 99963-1168

HLR ASSESSORIA E CONSULTORIA

Hudson Siqueira | [@hlrassessoriaeconsulroria](#)
hudson.siqueira@hlrassessoria.com
(81) 99706-4876

JEA ASSESSORIA

Elder Alves | [@jea_assessoria](#)
elderalves@assessoriaseg.com.br
(86) 98102-2112

JEB RODRIGUES ASSESSORIA DE SEGUROS

João Eudes | [@jeb.assessoria](#)
tokiomarine@assessoriajn.com.br
(88) 9.8836-5383

LEFAU ASSESSORIA

Lenilton Faustino | [@lefauasessoria](#)
leniltonmaraba@gmail.com
(94) 98175-1026

LINS ASSESSORIA

João Lins | [@j.lins@linsassessoria.com.br](#)
(81) 99197-7866

MCM BENÍCIO ASSESSORIA DE SEGUROS

Mirian Benício | [@mcmbeneficio.assessoria](#)

mirian.cristiane@hotmail.com
(94) 99193-1955

MD ASSESSORIA EM SEGUROS RN

Márcia Duarte | [@mdassessoriar](#)
md.assessoriar@hotmail.com
(84) 99934-6961

MOOZ ASSESSORIA

Filipe Freire | [@filipelucena](#)
filipe.freire@moozassessoria.com.br
(83) 98753-5773

NORTE E SUL BAHIA ASSESSORIA

Luiz Alberto Muniz | [@lamuniz11](#)
luiz.alberto@assessoriasul.com.br
(73) 99983-5078

PHOENIX RESOLUTION ASSESSORIA

Patrícia Holanda | [@phoenix.resolution](#)
patricia.holanda@phas.com.br
(81) 99702-3666

REPRESENTAÇÃO FORTALEZA

Adilson Pessoa | [@representacao_fortaleza](#)
pac.raimundinho@gmail.com
(85) 98802-9330

RESULTA NEGÓCIOS E SEGUROS ALAGOAS

Pedro Correia Gomes | [@resulta_assessoria](#)
pedro.repr@outlook.com
(82) 98822-9830

RESULTA NEGÓCIOS E SEGUROS PARAÍBA

Pedro Henrique Gomes | [@resulta_assessoria](#)
pedro@resultassessoria.com
(82) 99977-1899

SCARTEZINI SEGUROS & NEGÓCIOS

Eduardo Scartezini | [@scartezinisegurosenegocios](#)
eduardo.scartezini@scartezinisn.com.br
(84) 99834-2907

SEGUROS MACEDO ASSESSORIA

Pedro Macedo | [@segurosMACEDO_assessoria](#)
pedro.macedo@segurosMACEDO.com.br
(81) 98893-6238

TOLEDO ASSESSORIA

Rodésio Toledo | [@toledoassessoriajipa](#)
rodesiotoledo@gmail.com
(69) 98500-4439

V6 ASSESSORIA | Valquiria Ferreira

[@v6.assessoria](#)
valquiria@v6assessoria.com.br
(71) 98182-3880

Zurich Residência

Se o lar é onde uma pessoa precisa sentir segurança, seu cliente precisa conhecer o nosso seguro.

O seguro residencial da Zurich possui um amplo portfólio de coberturas, pacotes de assistências 24 horas, e ainda oferece serviços sustentáveis conectados com as novas demandas.

Saiba mais:

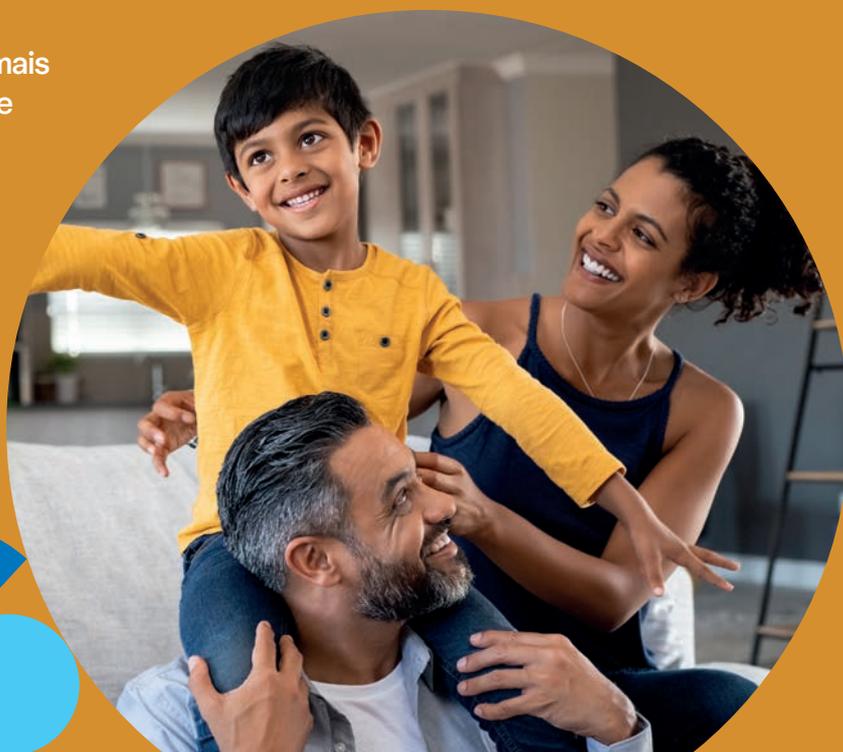
- Indenização pelo **valor de novo** disponível automaticamente em todas as contratações, **sem custo e cláusula adicional**.
- Cotação simplificada por meio do Multicálculo Residencial do Agger ou TEx.
- Cobertura para placas solares e carregador de carro elétrico ou híbrido.
- Cobertura básica de incêndio que inclui danos por fumaça proveniente de incêndio fora do imóvel.
- Descarte ecológico de restos de obras, entulhos, eletrodomésticos e eletrônicos fora de uso.
- Assistência 24 horas, incluindo eletricista, chaveiro, encanador, entre outros.

Tem ainda esta supervantagem:

cliente do seguro Automóvel que também tem o Residência garante, ao optar por uma oficina referenciada, o dobro de desconto na franquia, acumulando R\$ 800!



Acesse o QR Code, saiba mais sobre o Zurich Residência e impressione seus clientes.



Aluguel de imóvel comercial sem fiador?



Substituí o Fiador e o Depósito Caução.



Aprovação rápida e sem burocracia com cartório.



Parcelamento sem juros, de acordo com a duração do contrato de locação.



Ampla aceitação: Imóveis Comerciais e Residenciais.

Tokio Marine Aluguel **RESOLVE** Seguro Fiança Locatícia

Quer saber mais?
Fale com o seu
Gerente Comercial.



ESCANEIE E CONHEÇA.



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