

**O vice-presidente Luiz Arruda reforçou a parceria com os profissionais da categoria no momento atual de transformação na empresa**

*Jorge Teixeira Barbosa, Eva Miguel, Luiz Arruda, Álvaro Fonseca, Boris Ber, Emerson Valentim e Cláudia Sacalina Camargo*

A reformulação estratégica da Porto, realizada nos últimos anos, que resultou na sua divisão em verticais de negócios, foi um dos assuntos comentados por Luiz Arruda, vice-presidente Comercial e Marketing, durante sua participação no almoço do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), realizado no dia 13 de março, no Terraço Itália. No processo de transformação da Porto, que ainda está em curso, Arruda garantiu que “o corretor sempre esteve no centro das decisões”.

Além de Arruda, também foram recebidos pelo mentor Álvaro Fonseca e diretoria do CCS-SP no encontro o diretor Comercial de SP Capital e Metropolitana Emerson Valentim, a diretora Executiva de Produção Brasil Eva Miguel, e o superintendente de Marketing Oliver Haider. Segundo o vice-presidente da Porto, as mudanças na empresa trouxeram a revitalização da marca, de processos, de pessoas, da imagem do corretor e até de hábitos de compra do consumidor. “Declaramos ao mercado que queríamos ser mais do que uma seguradora”, disse.

Na criação das verticais de negócios Porto Bank, Porto Saúde, Porto Seguro e, mais recentemente, Porto Serviço, Arruda afirmou que os corretores dividiram com a empresa a responsabilidade de reformular o seu papel na sociedade. A dinâmica de comercialização, em especial, passou por um reajuste, colocando em evidência a importância desses profissionais. “Na Porto, o que faz a diferença é a credibilidade do corretor junto ao seu cliente. Nenhuma empresa tem tantos dados do cliente quanto ele”, disse.

Segundo Arruda, o personalismo da relação do corretor com o cliente é um diferencial que gera resultados para toda a cadeia. “Significa produtos melhores, maior saúde financeira para o corretor e maior proximidade com os clientes, além do crescimento das seguradoras”, disse. Por isso, a Porto tem lançado várias campanhas de vendas e incentivos comerciais. Uma das campanhas é a “Fecha com a Porto”, que tem como objetivo reconhecer e valorizar o trabalho dos corretores,

incentivando-os a comercializarem produtos das verticais de negócios.

## **Campanha**

Um dado relevante que, segundo Arruda, demonstra o sucesso da campanha “Fecha com a Porto” é o aumento no número de corretores. Antes da iniciativa, dos 40 mil corretores cadastrados, 900 trabalhavam com as três verticais. No segundo ano da campanha, aumentou para 3 mil e neste ano saltou para 10 mil. “São 10 mil corretores atendendo pessoas além dos sinistros, cuidando não só do seguro, mas de saúde, consórcio, cartão de crédito e financiamento. Nossa meta é dobrar esse número de corretores na base”, disse.

Além das premiações, um dos atrativos da campanha neste ano é experiência exclusiva no espetáculo Cirque du Soleil no Brasil, que será estendida aos clientes. Outro, é a participação dos corretores e de seus clientes no Grande Prêmio de São Paulo de Fórmula 1. Arruda contou que também é foco da Porto estimular o empreendedorismo dos corretores. “Por isso, vamos investir em educação e formação para construirmos relações com o seguro e, assim, atrair jovens talentos”, disse.

O vice-presidente revelou que a Porto está investindo pesado na digitalização de seus processos, incluindo vendas, pós-vendas, call e atendimento. Tal iniciativa atende às demandas do crescimento acelerado da empresa, que nos últimos quatro anos passou de 8,9 milhões de clientes para 16 milhões, fechando o último ano com R\$ 28 bilhões de receita. Além disso, o NPS – indicador do nível de satisfação do cliente – atingiu a nota 85. “Significa que o consumidor está satisfeito e, mais do que isso, é promotor da marca”, disse.

## **Novo encontro**

A diretora Eva Miguel encerrou a participação da Porto no encontro com uma mensagem em homenagem ao Dia Internacional da Mulher. Em seguida, o presidente do Sincor-SP, Boris Ber, que compôs a mesa do evento, informou sobre a nomeação de mais um associado do CCS-SP para o cargo de diretor adjunto regional. Agora, além de Alexandre Colella na regional Leste, Rodinei Ricardo da Silva assume como adjunto da regional Sul.

No final do evento, Arruda respondeu diversas perguntas dos associados, uma delas feita pelo mentor Álvaro Fonseca, que quis saber sobre o futuro da Porto após “abraçar” a produção de outras seguradoras. Ele respondeu que o processo de aquisição das operações de varejo da Mitsui Sumitomo Seguros ainda não foi concluído, mas que os corretores de ambas as empresas trabalharão conectados.

Durante o evento, o ex-mentor Adevaldo Calegari informou que assumiu a curadoria de um projeto, aprovado pelo MEC, que pretende resgatar e registrar a história do seguro em nove documentários, cujo lançamento será precedido por exposições e palestras. “Olhem seus arquivos, revejam memórias e o que for relevante mande para a gente”, disse.

**Fonte:** Márcia Alves, em 15.03.2024