

**Emerging Insight #:**182

**Date of Release:**3 de mayo de 2021

**Subtemas:**Otros canales

**ALM Seguros en Brasil se asoció con una estación de radio local para promover y vender microseguros**



En 2016, ALM Seguros fue registrada como una de las primeras empresas de microseguros en Brasil. La compañía está creciendo rápidamente y en 2018 fue la aseguradora de más rápido crecimiento en el país.

ALM Seguros utiliza corredores y canales no tradicionales para vender productos. Un canal que ha demostrado ser especialmente exitoso es una estación de radio local "Radio Tupi" en Río de Janeiro.

El método de comunicación de Radio Tupi combina la educación financiera dirigida a clientes emergentes y la promoción de productos de microseguros. La parte educativa incluye discusiones sobre la gestión de riesgos personales, como muerte, desempleo y accidentes. Una parte importante de la estrategia de promoción y educación del producto es transmitir los testimonios de los clientes, lo que permite a los oyentes conocer los beneficios de los seguros y generar confianza en el producto.

La estación de radio ha asumido un papel más amplio y también vende productos directamente a los oyentes. Los oyentes pueden comprar productos a través de un enlace web o llamando a la estación.

Al combinar la experiencia en comunicación de la estación de radio con la experiencia de las aseguradoras en ventas masivas de seguros, la asociación ha permitido que ALM Seguros llegue a un gran número de personas. Desde 2019, ALM Seguros ha atendido aproximadamente a 250 000 clientes.

Nuestro último resumen de caso proporciona más detalles sobre la estrategia de distribución de ALM Seguros, [haga clic aquí](#) <sup>[1]</sup> para leerlo.

---

**Source URL:** <http://www.impactinsurance.org/node/9147>

**Links:**

[1] <http://www.impactinsurance.org/es/publications/cb30>