

ANO 16 • NÚMERO 68 • OUT/NOV/DEZ DE 2024

ACONSEG SP



PREPARADOS PARA 2025

Confira o que estará em alta no próximo ano, na visão dos executivos

ACONSEG-SP NO VIDA

Sete seguradoras se reúnem para compartilhar insights sobre a atuação do corretor no seguro de vida

UMA PARCERIA DE VALOR

Assessorias e corretores estão no centro do planejamento estratégico do Grupo Bradesco Seguros

Ivan Gontijo, presidente do Grupo Bradesco Seguros

Há 80 anos no
mercado de seguros e
cada vez mais conectada
com todo o *Brasil*.



Estar seguro é viver cada segundo do jeito que você quer. Agora, os mineiros podem descobrir isso. E você pode ser a ponte entre a Excelsior Seguros e os clientes de Minas Gerais. Nossa equipe está pronta para recebê-lo.

Conheça nosso portfólio de produtos como:

Responsabilidade
Civil Profissional

Máquina e
Equipamentos

Garantia e
Empresarial

E muitos
outros

 www.excelsiorseguros.com.br
 [excelsiorseguros](https://www.instagram.com/excelsiorseguros)

excelsior
seguros

UM ANO HISTÓRICO

A Aconseg-SP entrou no 21º ano mais forte e ainda mais comprometida com os corretores de seguros e todas as empresas com as quais as assessorias atuam em parceria.

O ano de 2024 foi intenso, repleto de acontecimentos e mudanças, sempre com o objetivo de dar continuidade ao ciclo ascendente da associação, agregando valor às assessorias associadas, aos parceiros corretores de seguros e às seguradoras, operadoras e empresas prestadoras de serviços.

É preciso muita coragem para fazermos algo novo. Ser disruptivo em um mercado como o nosso consiste, muitas vezes, em ir além da tecnologia. Afinal, nosso mercado é formado por pessoas e tem como base os relacionamentos.

Foi assim que, de forma pioneira, fizemos um evento dedicado a estimular o corretor no seguro de vida que chamou a atenção de todo o mercado de seguros. Esse trabalho foi um sucesso porque contou com o engajamento das assessorias associadas e o importantíssimo apoio de Allianz, Bradesco Vida e Previdência, Grupo HDI, Mapfre, Omint, SulAmérica e Tokio Marine.

Sim, estamos todos unidos pela disseminação do vida e também de todos os outros ramos de seguros que não são populares na sociedade.

Neste ano, transportamos o anúncio do nosso Relatório Econômico realizado pelo economista Francisco Galiza do ambiente digital para o físico.

Nosso papel para que o mercado atinja o objetivo de alcançar 10% de participação no PIB, conforme o Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros (PDMS), elaborado pela CNseg, é importante. Quem diz isso são os próprios presidentes de grandes companhias como Grupo Bradesco e Tokio Marine.

Inclusive, nossa revista encerra 2024 com o destaque do presidente Ivan Gontijo, presidente do Grupo Bradesco, que reitera a sua aposta no canal assessorias e nos corretores dentro do planejamento estratégico da seguradora.

Esse foi o primeiro ano sob a nossa gestão e cumprimos o propósito ao qual nos lançamos. Vem muito mais em 2025 e contamos com todos vocês. Um Feliz Natal e que 2025 venha para todos muito melhor do que foi este ano. Avançaremos na nossa proposta de proteger mais brasileiros e suas conquistas. Gratidão a todos pela parceria. Seguiremos juntos. Um grande abraço!



Ricardo Montenegro
Presidente da Aconseg-SP



EXPEDIENTE

A Revista da Aconseg-SP é uma publicação da Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Estado de São Paulo

Telefone: (11) 95024-5828

Contato publicidade: revista@aconsegsp.com.br

Site: www.aconsegsp.com.br

Diretoria biênio (2024/2025): Ricardo Montenegro (presidente), Milton Ferreira (vice-presidente), Alberto Novais (diretor Financeiro), Monica Dargevitch (diretora Administrativa), Maria Guadalupe (diretora para o Interior), Marcos Holanda (presidente do Conselho), Jorge Teixeira Barbosa, Luiz Philipe Baeta e Wilson Lima (conselho fiscal).

Comissão Editorial: Ricardo Montenegro, Milton Ferreira, Alberto Novais, Monica Dargevitch, Maria Guadalupe e Marcos Holanda.

Conteúdo Editorial, Projeto Gráfico e Diagramação: Editora Cobertura

E-mail: editorial@revistacobertura.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.

GRUPO BRADESCO INTENSIFICA PROXIMIDADE COM AS ASSESSORIAS

CEO do maior grupo segurador da América Latina reforça o importante movimento de fortalecimento do mercado de seguros e ressalta a participação das assessorias



A Aconseg-SP é uma instituição fundamental para a nossa atividade, fazendo com que a proteção do seguro chegue às famílias e às empresas nesse mercado que é tão importante. Temos muito orgulho da nossa parceria. A nossa união de forças fez, faz e continuará fazendo toda a diferença na vida das pessoas e na rotina dos negócios”

Ivan Gontijo, presidente do Grupo Bradesco Seguros

O mercado de seguros segue em um importante movimento de fortalecimento e as assessorias que integram a Aconseg-SP têm papel muito importante nesse processo de expansão do setor. Essa é a visão de Ivan Gontijo, presidente do Grupo Bradesco Seguros.

“A Aconseg-SP é uma instituição fundamental para a nossa atividade, fazendo com que a proteção do seguro chegue às famílias e às empresas nesse mercado que é tão importante. Temos muito orgulho da nossa parceria. A nossa união de forças fez, faz e continuará fazendo toda a diferença na vida das pessoas e na rotina dos negócios”, destaca.

Ciente de que o mercado de São Paulo conta com inúmeras oportunidades, Gontijo ressalta às assessorias que elas contem com as equipes comerciais no estado para apoiá-las nessa missão. “Estamos prontos para construir, com nossos parceiros da Aconseg-SP, os próximos passos dessa jornada. Vamos, juntos, levar a proteção que a sociedade tanto deseja”.

Segundo Leonardo Freitas, diretor Comercial da Bradesco Seguros, a parceria com as assessorias é muito valorizada na seguradora.

“Elas são fundamentais no aperfeiçoamento do atendimento aos corretores, identificação de oportunidades, transmitindo conhecimento aos corretores, para que possam abordar mais pessoas e conscientizá-las sobre a importância de contratar um seguro automóvel, empresarial ou residencial. Nós apoiamos as assessorias e estamos preparados para ampará-las de maneira integral em nossos produtos e serviços” expõe Freitas.

“As assessorias constituem um canal extremamente relevante para promovermos um relacionamento qualificado e em escala com os corretores. Elas são um agente im-

portante dentro da estrutura de distribuição de seguros no País, imprescindíveis para que possamos levar a cultura da proteção a um número cada vez maior de brasileiros”, acrescenta José Pires, diretor Comercial da Bradesco Vida e Previdência.

Segundo ele, a companhia tem se dedicado a oferecer soluções aos parceiros, tanto sob a forma de produtos quanto de



“Nós apoiamos as assessorias e estamos preparados para ampará-las de maneira integral em nossos produtos e serviços”

Leonardo Freitas, diretor Comercial da Bradesco Seguros

processos, com o objetivo de incrementar o relacionamento e os negócios. “Nos últimos anos, conquistamos uma série de bons resultados em parceria com as assessorias, para as quais mantemos uma equipe 100% dedicada. Contamos com mais de 40 mil corretores por todo o Brasil e consideramos esses profissionais parte importantíssima da construção do negócio e da nossa história, tanto que mantemos uma equipe 100% dedicada ao canal assessoria. São parceiros fundamentais para o entendimento das demandas locais, ajudando a avaliar o que pode ser melhorado ou atendido”.

Flávio Bitter, diretor Comercial da Bradesco Saúde, também ressalta o papel fundamental para a produção da companhia. “Elas propiciam estrutura aos corretores e capilaridade para a distribuição dos produtos da Bradesco Saúde, possibilitando chegarmos às empresas de todas as regiões do estado de São Paulo, que por sua força econômica se destaca como principal mercado do País.

MAIS PROXIMIDADE E QUALIFICAÇÃO

Pires assinala que, embora as assessorias ainda trabalhem majoritariamente com produtos como seguros de automóveis e planos de saúde, já é percebida uma demanda crescente pela ampliação desse portfólio de ofertas, com ganho de participação dos seguros de vida e da previdência privada, possibilitando uma abordagem consultiva de soluções de benefícios que contemplem o céu completo de vida de cada indivíduo.

“Para fortalecermos ainda mais esta relação, temos intensificado a realização de encontros com as assessorias, visando apresentar novidades em produtos e jornadas. Para nós, é muito gratificante constatar que estamos crescendo juntos, levando proteção e planejamento a um número crescente de pessoas no País”, ressalta o diretor de Vida e Previdência

Em 2024, a companhia seguiu forte no trabalho com as assessorias, promovendo encontros que os aproximaram ainda mais e para que pudessem melhorar o atendimento aos corretores. “Tais encontros ratificam nosso posicionamento com as assessorias de seguros, como parceiros na distribuição e no suporte aos corretores. Em 2024, busca-



“Essa atuação será não apenas mantida, mas ampliada em 2025, com a nossa agenda caminhando cada vez mais para o interior, em especial no Estado de São Paulo, que possui grande potencial e importância estratégica para o nosso negócio”

José Pires, diretor Comercial da Bradesco Vida e Previdência



“Este ano, a produção com assessorias de São Paulo no segmento Saúde teve um crescimento de 31%, um dos maiores da companhia. E a perspectiva para 2025 é expandir ainda mais, incluindo produtos regionalizados para pequenas empresas”

Flávio Bitter, diretor Comercial da Bradesco Saúde

mos capacitar e qualificar ainda mais os nossos profissionais, para que aproveitassem as melhores oportunidades e trouxessem, principalmente, resultados”, diz Freitas.

A companhia valoriza fortemente o relacionamento com corretores de seguros, dedicando esforços ao fortalecimento desses laços, além de realizar eventos para estreitar este relacionamento com corretores e assessorias afim de ouvir suas opiniões sobre a Bradesco Seguros e seus produtos, buscando continuamente aprimorar a experiência desses profissionais.

Para além desse aprimoramento no relacionamento com corretores e assessorias, a Bradesco Seguros vem expandindo sua atuação em cidades menores e no interior, alinhada à tendência do mercado de seguros de crescer fora dos grandes centros. “Nesses locais, adotamos uma estratégia distinta, considerando a importância da cultura local e da comunicação direcionada”, diz Freitas.

Nesse sentido, segundo ele, as assessorias são essenciais para identificar oportunidades para corretores e fortalecer a relação com clientes, atuando como intermediárias e ampliando a distribuição de produtos por meio de um atendimento personalizado. “Estamos comprometidos em apoiar essas assessorias, com suporte completo em produtos e serviços. Além disso, investimos na capacitação contínua dos corretores por meio da plataforma Universeg, que oferece conteúdos exclusivos e cursos para que os profissionais possam atuar como consultores, indicando as melhores soluções conforme as necessidades dos clientes, o que os diferencia no mercado pela empatia e assertividade”, comenta Freitas.

2024 PARA 2025

Para o diretor da Bradesco Vida e Previdência, fatores como melhora do nível de emprego e crescimento econômico favorecem a expansão do setor de seguros e a ampliação da oferta de nossas soluções de proteção, contribuindo para fecharmos o ano de 2024 com resultados expressivos na Bradesco Vida e Previdência.

“Grande parte desses resultados deve-se à concentração de esforços e meios para

estarmos cada vez mais próximos dos corretores em todas as regiões do país. Essa atuação será não apenas mantida, mas ampliada em 2025, com a nossa agenda caminhando cada vez mais para o interior, em especial no Estado de São Paulo, que possui grande potencial e importância estratégica para o nosso negócio. Essa é uma tendência do mercado segurador no Brasil. Nos encontros presenciais que promovemos fora dos grandes centros, identificamos uma expressiva demanda pelo seguro, o que nos traz o desafio de encontrarmos, juntos, soluções que facilitem o acesso ao produto onde ele é ainda mais necessário e desejado”, completa Pires.

“Este ano, a produção com assessorias de São Paulo no segmento Saúde teve um crescimento de 31%, um dos maiores da companhia. E a perspectiva para 2025 é expandir ainda mais, incluindo produtos regionalizados para pequenas empresas. Nosso objetivo é fortalecer cada vez mais nossa parceria, sendo sempre a primeira opção do corretor em saúde”, menciona Bitter.

Segundo ele, no estado de São Paulo, tanto na capital quanto no interior, a Bradesco Saúde vê um grande potencial de crescimento e busca reforçar a atuação com assessorias. Com a alta demanda por cuidados com a saúde, o que representa potencial para planos com assistência médico-hospitalar de qualidade reconhecida, a Bradesco Saúde reforça seu compromisso em desenvolver soluções que atendam às necessidades das empresas, para que elas possam garantir a segurança e o bem-estar de seus funcionários e familiares.

“Em São Paulo, oferecemos um variado portfólio de planos, com soluções para empresas de todos os perfis e tamanhos. Incluindo produtos de cobertura nacional, mas com redes desenhadas para realidades locais, como os planos Efetivo São Paulo e Efetivo São Paulo Interior”, conclui o diretor de Saúde.

Seu Cliente precisa de proteção para a empresa dele?



Seguro Tokio Marine Empresarial

O seu Cliente vai poder ficar tranquilo com o Seguro Empresarial da Tokio Marine. Nossas coberturas atendem às necessidades de empresas de diversos tamanhos e segmentos.

Coberturas



INCÊNDIO, RAIOS, EXPLOSÃO E FUMAÇA



RESPONSABILIDADE CIVIL OPERAÇÕES



DANOS ELÉTRICOS



ASSISTÊNCIA 24H (CHAVEIRO, ENCANADOR E ELETRICISTA)



ROUBO E FURTO QUALIFICADO



VENDAVAL E MUITO MAIS



QUEBRA DE VIDROS E ESPELHOS



ASSISTÊNCIA PARA PLACA SOLAR

ENQUANTO A EMPRESA DO SEU CLIENTE CRESCE, VOCÊ FICA TRANQUILO.

Fale com seu Gerente Comercial.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

[tokiomarine.com.br](https://www.tokiomarine.com.br) [Tokio Marine Seguradora](https://www.linkedin.com/company/tokiomarine-seguradora) [/TokioMarineSeguradora](https://www.facebook.com/TokioMarineSeguradora) [tokiomarineseguradora](https://www.instagram.com/tokiomarineseguradora)

Este Seguro é garantido pela Tokio Marine Seguradora S/A – CNPJ 33.164.021/0001-00 – Código SUSEP 06190. Tokio Marine Empresarial Processo SUSEP nº 15414.900584/2018-68 (Compreensivo Empresarial), nº 15414.901233/2013-60 (Vida). Consulte as Condições Gerais em www.tokiomarine.com.br. Para abertura de sinistro, Assistência 24 horas ou outras informações, ligue para 0800 31 TOKIO (0800 31 86546). SAC Atendimento ao Cliente 24 horas para sugestões, elogios e reclamações: 0800 703 9000. Ouvidoria: 0800 449 0000 – de segunda a sexta-feira, das 8h às 18h, exceto feriados nacionais. O registro do produto é automático e não representa aprovação ou recomendação por parte da SUSEP. A aceitação da proposta de Seguro está sujeita à análise do risco. O Segurado poderá consultar a situação cadastral do Corretor de Seguros e da Sociedade Seguradora no sítio eletrônico www.susep.gov.br. Novembro/2024.

E QUE VENHA 2025

Possibilidades de cross selling, investimentos em tecnologia e AI, e a importância dos corretores e assessorias são destacados



Alessandro Priuli, diretor Comercial Varejo São Paulo Capital e Região Metropolitana da Tokio Marine

O Plano de Aceleração do Crescimento (PAC) do Governo Federal, com a promessa de investimentos de R\$ 1,7 trilhão na economia nos próximos anos, abrirá novas perspectivas para o mercado de seguros, especialmente nos segmentos de engenharia, garantia e riscos nomeados e operacionais. É o que observa Alessandro Priuli, diretor Comercial Varejo São Paulo Capital e Região Metropolitana da Tokio Marine.

“Além disso, a crescente conscientização sobre a importância da sustentabilidade impulsionará a demanda por produtos securitários voltados para a produção e transmissão de energia renovável e teremos

oportunidade de desenvolver soluções cada vez mais inovadoras para construção de um futuro mais sustentável”, destaca Priuli.

Na opinião dele, o segmento de seguro de vida deve continuar em alta, como observado nos últimos anos, bem como os produtos Patrimoniais, que têm recebido particular atenção já há algum tempo e que devem continuar a ser destaque em 2025.

Priuli destaca que o mercado de seguros brasileiro tem demonstrado bastante dinamismo, com projeções de crescimento contínuo nos próximos anos. “Para 2025, nossa expectativa é de que a companhia mantenha um crescimento em ritmo acelerado,

na casa dos dois dígitos, impulsionado por diversos setores em que atuamos”.

ACESSIBILIDADE E INCLUSÃO

Para Eduardo Grillo, diretor executivo comercial na Suhai Seguradora, em 2025, temas como acessibilidade e inclusão continuarão a ter destaque no mercado de seguros. “A busca por produtos mais simples, acessíveis e com alta aceitação será um diferencial importante, especialmente para atrair e reter novos segurados. Na Suhai, nossa missão de democratizar o acesso ao seguro já tem mostrado resultados positivos, e a tendência é que esse movimento se

“

As assessorias e corretores de seguros são essenciais na construção do nosso negócio. São eles que entendem o momento de vida dos clientes, que mais conhecem os produtos, os seus concorrentes, quais melhorias podem ser feitas para aumentar as vendas e incrementar a entrega para o segurado”

Grupo Bradesco Seguros



Eduardo Grillo, diretor executivo comercial na Suhai Seguradora

intensifique no próximo ano, à medida que mais corretores e clientes percebam o valor de soluções que se ajustem ao seu perfil e suas necessidades”.

Para 2025, a Suhai espera consolidar e expandir a posição de liderança, principalmente no segmento de motos e veículos que enfrentam dificuldades de aceitação no mercado tradicional. “Além disso, pretendemos ampliar o alcance das nossas parcerias com corretores e assessorias, que têm um papel essencial em nosso modelo de negócio. Com a nossa visão de democratizar o seguro, queremos continuar desenvolvendo soluções inovadoras que promovam inclusão e atendam a um público ainda mais amplo, proporcionando produtos acessíveis e simplificando a experiência para clientes e parceiros”.

No novo ano, os corretores devem prestar atenção a temas como inovação e personalização das ofertas para atender diferentes perfis de clientes. “A demanda por soluções práticas e acessíveis tende a crescer, e os corretores que investirem em entender as necessidades específicas de cada cliente sairão na frente. Na Suhai, estamos comprometidos em simplificar processos e nossa expectativa é que esses avanços ajudem os corretores a atender melhor seus clientes, oferecendo coberturas relevantes e flexíveis que se ajustem a diferentes perfis e demandas”, diz o diretor.

MAIS CONEXÃO

“Observamos um crescente interesse do mercado em produtos que protejam a vida e melhorem o bem-estar das pessoas. Acreditamos que esses temas terão cada vez mais protagonismo, junto com os seguros patrimoniais, essenciais para o desenvolvimento sustentável do setor”, diz Nelson Veiga, diretor executivo Comercial da Allianz Seguros.

Segundo ele, a tecnologia e a inovação também serão fundamentais. “Nos últimos anos, vimos a ascensão da inteligência artificial como ferramenta facilitadora dos processos de venda e atendimento. A expectativa é que a IA desempenhe um papel cada vez mais central no setor, impulsionando jornadas mais ágeis e intuitivas para clientes e corretores, sem comprometer a qualidade e a personalização no atendimento”.

Na visão de Veiga, o próximo ano será essencial para evoluir o projeto, que envolve colaboradores de todos os níveis na identificação e prática de iniciativas que vão ajudar a Allianz a crescer e promover mais conexão e melhores experiências para os corretores e clientes.

“Em 2025, daremos continuidade à nossa jornada de transformação e crescimento para levar a Allianz a novos patamares de desenvolvimento até 2027”.

CRESCIMENTO E SUSTENTABILIDADE

Na visão de Heitor Augusto, diretor executivo Saúde & Odonto da SulAmérica, os principais temas estão centrados em ações focadas no crescimento e sustentabilidade do setor, desde iniciativas para maior controle de sinistro e lançamento de novos produtos, além de melhorias nas jornadas de venda e pós-venda, sempre alinhadas às necessidades do cliente final e dos parceiros de negócio.

“O foco do ano será manter o ritmo de crescimento sustentável, reforçando e aprimorando o atendimento para toda a cadeia de serviços e processos, sempre com atenção às inovações do setor e reforçando a solidez da SulAmérica como companhia centenária, porém com olhar sempre para frente”.

Para ele, os corretores precisam estar cada vez mais conectados às tendências do setor e às necessidades de cada cliente. É preciso sempre buscar capacitação constante nos produtos e soluções, visando pautar uma oferta cada vez mais aderente a cada negócio.

“Tanto corretores quanto assessorias devem estar sempre atentos à solidez das seguradoras e operadoras de saúde, além de suas capacidades técnicas e financeiras, qualidade da rede de atendimento e com o compromisso das instituições em prestar um bom atendimento”.

INTERESSE NO VIDA

“Acreditamos que uma maior atividade econômica deverá aumentar a demanda por seguros corporativos. Os níveis de renda mais altos aumentarão as demandas por linhas pessoais, como automóveis e imóveis. O mercado deve registrar aumento no interesse em seguro de vida, além do estímulo de conhecimento do consumidor sobre o



Nelson Veiga, diretor executivo
Comercial da Allianz Seguros



Heitor Augusto, diretor executivo
Saúde & Odonto da SulAmérica

mercado”, menciona Waldecyr Schilling, diretor Comercial de Filiais da EZZE Seguros.

No novo ano, a EZZE quer ser reconhecida como uma das principais companhias pelos segurados e corretores de seguros, ganhar market share e continuar apostando no marketing esportivo, focada em seu modelo de negócio multiproduto e multicanal.

“Os corretores devem buscar a inovação e acompanhar as tendências de mercado/necessidades do seu cliente, investir em tecnologia, identificar a percepção do perfil do seu cliente (tradicional ou tecnológico), assim como devem investir em mídias/redes sociais”.

MAIS PARTICIPAÇÃO

A MAPFRE espera que 2025 seja um ano de forte crescimento, assim como tem

sido o ano de 2024. “Estamos dedicados a ganhar mais participação de mercado, especialmente por meio do canal de assessorias. Queremos fortalecer nossa rede de corretores, expandindo a base de parceiros e consolidando nossa presença em novas regiões. Para isso, construímos um portfólio equilibrado, com foco não apenas no tradicional seguro auto, mas também em outras linhas de produtos vantajosos, aproveitando a diversidade e a solidez de nossas soluções. No ramo vida, por exemplo, contamos com assessorias exclusivas e especializadas, que adotam uma abordagem consultiva, permitindo aos corretores entenderem profundamente as necessidades de cada cliente e oferecerem soluções mais completas”, descreve Oscar Celada, CEO adjunto de negócios da MAPFRE.

A companhia tem planos de lançar em 2025 um novo Programa de Relacionamento com Corretores, a partir de uma nova segmentação e benefícios que geram valor para os nossos parceiros.

“Em 2025, nossa estratégia estará centrada no fortalecimento da parceria com nossos corretores em todo o Brasil. Queremos garantir que eles tenham total suporte para aproveitar as oportunidades de mercado em crescimento, com especial atenção a produtos como seguros de auto, vida individual, seguros massificados e patrimoniais rurais, que são nosso principal foco para o ano”.

PRODUTOS PARA OS CICLOS DE VIDA

“Para 2025, esperamos que o mercado de seguros se concentre em alguns temas essenciais, como a transformação digital acelerada, impulsionada pelo uso intensivo de Inteligência Artificial (IA) e machine learning para criar produtos cada vez mais personalizados e rotinas operacionais mais eficientes”, diz Marcos Machini, VP Comercial do Grupo HDI.

Segundo ele, também será possível notar um aumento na demanda por seguros corporativos – impulsionado pelo crescimento econômico e pela necessidade de proteger negócios em um ambiente de riscos complexos –, bem como o foco na centralidade do cliente, com investimento em personalização e serviços sob medida que respondam às necessidades individuais. “Além disso, a categoria de seguros de vida deve crescer, especialmente com produtos conversíveis que acompanhem o ciclo de vida dos segurados”.

O Grupo HDI está e seguirá comprometido em expandir a sua presença digital e o uso de tecnologias inovadoras para proporcionar uma experiência cada vez mais personalizada e completa a todos os nossos públicos. “Buscamos adaptar nossos processos para oferecer produtos que atendam às necessidades específicas de cada perfil de consumidor. Também procuramos constantemente desenvolver parcerias estratégicas para fortalecer o portfólio de seguros e atender às demandas de um mercado em constante transformação”.

MUDANÇAS ACELERADAS

Para o Grupo Bradesco Seguros, a transformação digital norteando a maneira como o setor de seguros trabalha e, principalmente, o relacionamento com os clientes e parceiros de negócios. “Vivemos um momento de mudanças aceleradas e, se pensarmos nas tecnologias emergentes e nas novas demandas do consumidor, podemos perceber o quanto a jornada do setor de seguros continuará sendo marcada pela inovação. Nesse cenário, dados e automação serão os principais motores para a inovação, que será impulsionada por algumas frentes, como a digitalização dos processos de ponta a ponta, desde a cotação até a resolução de sinistros; as novas expectativas dos clientes, que demandam rápidas respostas, personalização e autonomia; e eficiência e sustentabilidade, que exigem a adoção de tecnologias que otimizam a operação, reduzindo o impacto ambiental”.

O grupo segurador seguirá focado na questão da eficiência, que vem sendo alcançada com diversas melhorias de processo e de operações, bem como na adoção de uma efetiva gestão das despesas em todas as linhas. “Essa disciplina tem nos permitido buscar eficiência sem perder tração em projetos e investimentos, tão essenciais para a sustentabilidade dos negócios e, em última instância, para o próximo ano do grupo”.



Waldecyr Schilling, diretor Comercial de Filiais da EZZE Seguros



Oscar Celada, CEO adjunto de negócios da MAPFRE



Marcos Machini, VP Comercial do Grupo HDI



COMECE UMA PARCERIA DE SUCESSO COM A MAIOR SEGURADORA DE MOTOS DO BRASIL.

Incentive o cadastro de seus corretores na **SUHAI!**

Seu time de corretores pode ter uma **grande aliada para aumentar o potencial dos negócios**. Ter a **Suhai**, a maior seguradora de motos do Brasil, no portfólio, é sinônimo de aceitação.

A **Suhai** aceita veículos clássicos, tunados, blindados, motos de baixa, média ou alta cilindradas e muito mais.

Seja nosso parceiro e trabalhe com a seguradora que aceita quem as outras não aceitam! Vem pra Suhai!

VEM COM A SUHAI.



SUHAI
SEGURADORA

Você bem-vindo, seu bem seguro.

TODOS UNIDOS PELA DISSEMINAÇÃO DO VIDA



A Aconseg-SP deu mais um importante passo para incentivar a comercialização do seguro de vida entre os corretores que já trabalham com as assessorias. “O corretor no seguro de vida” mobilizou 400 profissionais do mercado de seguros para falar sobre a importância de disseminar o seguro de vida.

A ação pioneira, realizada em outubro, integrou as comemorações da Campanha “Diga Sim ao Seguro de Vida”, que em 2024 completou cinco anos e reuniu Allianz, Bradesco Vida e Previdência, Grupo HDI, Mapfre, Omint, SulAmérica e Tokio Marine para falar da importância de o corretor dizer sim ao seguro de vida.

“Neste ano, em que a nossa campanha completa cinco anos, decidimos dar um passo a mais neste ramo tão importante. Ratificamos o nosso compromisso com os corretores de seguros e também com as nossas seguradoras parceiras de fomentar a distribuição do

seguro de vida. Cabe a nós, assessorias, ajudar os nossos parceiros corretores nesta nobre missão de proteger a sociedade”, diz Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP.

“Precisamos lembrar do seguro de vida todos os dias. Para isso, temos que ter algo que remeta ao Vida sobre a mesa”, destaca Milton Ferreira, vice-presidente da Aconseg-SP e idealizador da campanha ‘Diga Sim ao Seguro de Vida’.

UM ATO DE AMOR

“Em uma conversa de bar, com um grande mentor sobre o que eu deveria fazer na minha carreira para alcançar os meus objetivos. Ele me respondeu que o caminho era seguro de vida e me disse uma frase que me marcou muito ‘seguro de vida é mais do que uma proteção familiar, é um ato de amor’. E essa frase não é apenas simbólica, é uma ação que a gente faz para as pessoas que amamos e, quando não estivermos mais

aqui, elas estarão respaldadas”, lembrou Flavio Rewa, diretor Regional SP Capital da Allianz Seguros.

Já Roberta Bueno, gestora de Vida da Allianz Seguros, falou sobre o crescimento exponencial desse mercado no pós-pandemia e como os corretores devem explorar a oportunidade. “É um movimento natural. O número de apólices coletivas ativas são cerca de 17,58%, que são seguros comprados por uma empresa. Então, a gente tem 83% do mercado para trabalhar. E é um mercado gigantesco! Mas para vender, precisamos assumir uma linha positiva. Mostrar os aspectos atraentes do seguro e a morte tem que ser o último ponto a ser abordado”.

O VALOR DO VIDA

José Pires, diretor Comercial da Bradesco Vida e Previdência, falou sobre a importância do pós-venda na jornada do cliente e o quanto o tratamento especial do corretor de seguros pode fazer a diferença na vida do cliente, além de aumentar a possibilidade de venda e a rentabilidade de sua carteira. “A nossa responsabilidade é conhecer o produto e entender o momento de vida do cliente para oferecer aquilo que ele precisa, entregar algo de valor e acabar com suas dores”.



Flavio Rewa, diretor Regional SP Capital da Allianz Seguros



Roberta Bueno, gestora de Vida da Allianz Seguros



José Pires, diretor Comercial da Bradesco Vida e Previdência

PROTEÇÃO PARA O MAIOR BEM

“Temos um potencial enorme para fazer esse mercado crescer. Mas por que ainda continuamos com números tão baixos?”, convidou Alexandre Vicente, diretor de Produtos Vida, Habitacional e Afinidades do Grupo HDI. “Enquanto mais de 52% dos adultos nos Estados Unidos têm seguro de vida, no Brasil, são apenas 18%, especialmente na classe A e B. E o preço não é o principal motivo das classes mais baixas não terem um seguro de vida, já que hoje existem muitas opções de seguro de vida no mercado. O que precisa mudar é a forma de abordagem do corretor, que precisa conhecer o cliente e despertar nele uma reflexão sobre como o seguro de vida pode proteger o maior bem dele: a família”.



Alexandre Vicente, diretor de Produtos Vida, Habitacional e Afinidades do Grupo HDI

MAIS SENTIMENTO NA VENDA

Para Raphael Bauer, então diretor Comercial do Canal Corretor da Mapfre Seguros, o segredo para vender um seguro de vida é trazer mais sentimento para a venda, sem colocar medo nas pessoas. “A pessoa tem que ter um seguro de vida para viver a vida e, quando a morte chegar, ela estará tranquila que a sua família estará bem assistida. Então, é isso: o corretor não vende seguro de vida, vende a liberdade do cliente viver a vida como ele quer”.



Anna Angotti, gerente de Vendas de Seguros de Vida Individual e de Viagem da Omint Seguros

TRANSFORMADOR DE VIDAS

Anna Angotti, gerente de Vendas de Seguros de Vida Individual e de Viagem da Omint Seguros, falou sobre a importância de uma boa comunicação para a venda de um produto como o seguro de vida. “A gente tem que falar sobre isso. Às vezes, é ruim porque as pessoas não querem falar sobre morte, não querem nos ouvir, mas temos que fazer um diagnóstico do nosso cliente e apresentar uma oportunidade de seguro de vida cheia de benefícios que ele pode desfrutar em vida. Gosto de dizer que o seguro de vida não cobre sua vida, mas a transforma”.

COMPRA REALMENTE INTENCIONAL

Para Victor Bernardes, diretor de Vida e Previdência da SulAmérica, o seguro de vida coletivo ocupa um grande espaço no merca-



Victor Bernardes, diretor de Vida e Previdência da SulAmérica

do e quase ninguém sabe que tem. “O seguro individual acaba simbolizando aquela compra realmente intencional, pois é um produto que permite uma customização infinita a fim de atender as necessidades de cada cliente. E mesmo quando o valor de indenização do seguro for pequeno, ele tem uma boa quantidade de coberturas e assistências”.

PAPEL SOCIAL

Rosangela Spak, gerente Nacional Vida Massificados da Tokio Marine, explicou que é necessário agregar valor sobre o que o corretor entrega quando as famílias têm a vida transformada a partir de um seguro de vida. “É aí que entra o nosso papel social, que todos nós exercemos enquanto seguradoras, assessorias e corretoras. É esse comportamento que nós precisamos adotar”.



Raphael Bauer, então diretor Comercial do Canal Corretor da Mapfre Seguros



Rosangela Spak, gerente Nacional Vida Massificados da Tokio Marine

QUAL É A DIFERENÇA ENTRE LUCRO REAL E LUCRO PRESUMIDO?



O lucro real e o lucro presumido, juntamente com o Simples Nacional, são formas de tributação do lucro da empresa. “A opção será manifestada com o pagamento da primeira ou única quota do imposto devido correspondente ao primeiro período de apuração de cada ano-calendário”, explica Arioaldo Martinelli, da Val Assessoria Contábil e Fiscal.

No lucro real, apura-se o lucro a partir do lançamento de todas as receitas e de todas as despesas (Receita – Despesa = Lucro Real). Ele será a base de cálculo para calcular a contribuição social sobre o lucro e o imposto de renda. Já o lucro presumido, como sugere o nome, é presumido de acordo com a atividade exercida, pois atribui-se um percentual em que se considera o lucro da empresa, sem levar em conta suas despesas.

“Para as corretoras de seguros a alíquota é de 32%. A empresa faturou R\$ 1.000.000,00 x 32% = R\$ 320.000,00, esse valor é o lucro presumido e a base de cálculo da CSLL e do IR”, exemplifica.

Segundo Martinelli, sobre o lucro real ou lucro presumido aplicam-se as alíquotas de 9% para a CSLL e 15% para o IR. Para o IR ainda há o adicional de 10%, sobre o lucro que exceder R\$ 60.000,00 no trimestre, ou R\$ 240.000,00 no ano.

O empresário, no mês de dezembro, já deve se movimentar, para saber qual a melhor opção, analisar o ano que está encerrando e ver as perspectivas para o futuro e decidir sobre qual regime tributário quer optar.

Ele explica que, para ambos os casos, os corretores de seguros precisam ficar atentos para a história não se repetir, pois, no passado, as corretoras de seguros já foram tributadas, na CSL e na Cofins, como se fossem instituições financeiras, em alíquotas superiores às outras empresas.

“Existe um Projeto de Lei que, se aprovado, elevará a alíquota de CSLL das empresas de seguros privados, capitalização, corretoras e sociedades de crédito para 16%, temporariamente, no ano de 2025. Mas sabemos que, no Brasil, quando se fala de tributo, tudo é definitivo”, alerta o contador.

UMA AGENDA PRIORITÁRIA



Desde 2019, a Zurich é signatária do Business Ambition for 1.5°C, comprometendo-se a limitar o aumento da temperatura global a 1,5°C acima dos níveis pré-industriais. “Nossas ações se concentram em três áreas principais: operações, investimentos e subscrição”, explica Nathalia Abreu, gerente de Sustentabilidade da Zurich Seguros. “Em operações, desde 2015, neutralizamos nossas emissões e visamos atingir o Net Zero até 2050. No Brasil, de 2019 para 2023, reduzimos em 77% as nossas emissões operacionais, demonstrando nosso progresso significativo”.

Segundo ela, em investimentos, se tornou signatária do PRI (Principles for Responsible Investment) desde 2012 e fundadora da NZAOA (Net-Zero Asset Owner Alliance) da ONU desde 2019. No Brasil, a companhia integra a sustentabilidade nas decisões de investimento, reduzindo as emissões de nosso portfólio de investimento de 33.053 toneladas de CO2 em 2019 para 338 toneladas de CO2 em 2023.

“No que diz respeito à subscrição, em 2017, tornou-se signatária do PSI (Principles for Sustainable Insurance) da ONU e, neste ano, divulgamos nosso primeiro Plano de Transição Climática Global, reforçando nosso compromisso com a emissão líquida zero até 2050. Nosso plano prioriza o apoio à transição das empresas (clientes e parceiros) para uma economia de emissões líquidas zero, e não apenas a transição da Zurich, o que tornará a economia mais resiliente e bem-sucedida a longo prazo”.

Ela cita dois bons exemplos que estão gerando impactos tanto nos clientes como na sociedade. A compensação de carbono nos seguros massificados, que visa a mitigação do impacto de suas operações. Em 2023, a companhia passou a compensar as emissões de carbono dos serviços de assistência 24h e carro reserva no seguro automóvel. Além disso, há o Zurich Resiliência Climática, que visa a resiliência dos negócios em uma economia e mundo em transição, esta é uma solução inovadora desenvolvida pela companhia que visa enfrentar os desafios impostos pelas mudanças climáticas decorridas do aquecimento global. “A solução oferece a empresas uma avaliação minuciosa dos riscos climáticos a que estão expostos (como inundações, tempestades, calor extremo, entre outros) em diversos horizontes de tempo (curto, médio e longo prazo), bem como estratégias robustas para adaptação”.

FIQUE DE OLHO!

DESCONTO DE 30% NA FRANQUIA DE PERDA PARCIAL NO SEGURO AUTO

A Tokio Marine disponibiliza o desconto de 30% na franquia de perda parcial no seguro auto. Trata-se de um benefício na contratação da cobertura de Despesas Extraordinárias, exclusivamente na contratação dos produtos Auto, Caminhão e Utilitário Carga (seguro individual). “Na ocorrência de sinistro coberto e indenizável de danos parciais, a cobertura de Despesas Extraordinárias garante 30% de desconto no valor da franquia fixada para o veículo. O desconto será devido somente se o valor fixado para o reparo for superior ao valor da franquia contratada para o veículo, expressa na apólice”, explica Arnaldo Beechara, diretor de Automóvel, Precificação e RD Massificados da Tokio Marine.

A Tokio Marine procura ofertar produtos e soluções customizáveis, levando em consideração os diferentes perfis de clientes, que possuem necessidades distintas. “Isso permite que desenvolvamos produtos customizados para os nossos clientes, sempre com a consultoria de nossos parceiros de negócios, que estão próximos deles no dia a dia”, diz.



SICOOB
CREDICOR/SP
A INSTITUIÇÃO
FINANCEIRA DOS
CORRETORES
DE SEGUROS

Aqui você é dono!

Enquanto nos bancos o lucro é dividido entre os acionistas, na instituição financeira do corretor de seguros os rendimentos são distribuídos entre todos os associados, proporcionalmente às operações realizadas.

As taxas de serviços e de juros são as menores do mercado financeiro, confira:

PRODUTOS & SERVIÇOS

- ❖ Conta Corrente **SEM** cobrança de manutenção de contas;
- ❖ **ISENÇÃO** de PIX, **ilimitado** para Pessoa jurídica ou física;
- ❖ Capital de Giro com taxas competitivas;
- ❖ Cartão de crédito (taxa de juros, caso pague no rotativo, **7,5%**);
- ❖ Cheque especial - taxa de juros de **5,5%** (sobre o que usar);
- ❖ Financiamentos de automóvel;
- ❖ Financiamento de Imóvel na modalidade de acordo com seu perfil;
- ❖ Investimentos - Várias modalidades de investimentos.

A partir de 2024, após uma análise rigorosa do Banco Central do Brasil, a Sicoob Credicor-SP foi homologada na modalidade de livre admissão, ou seja, atender não apenas corretores de seguros, mas, também, profissionais, pessoa física ou jurídica, de todo o setor a nível nacional.

Veja como foi a distribuição de lucro, creditado em conta corrente de nossos cooperados, em março de 2024.



No dia 26 de março de 2024, creditamos em conta corrente de nossos cooperados as sobras (lucro) proporcionalmente as operações realizadas, no valor de R\$ 2.275.322,99.

Com o Sicoob Credicor, você tem mais praticidade, segurança e vantagens no seu dia a dia, conectamos pessoas para promover justiça financeira e prosperidade.

Faça parte!



Assessorias associadas à Aconseg-SP com a diretoria e comerciais da Tokio Marine

AUMENTA O MIX DE PRODUÇÃO DAS ASSESSORIAS NA TOKIO MARINE

Durante almoço da Aconseg-SP, presidente da Tokio Marine destaca o apoio para as assessorias incentivarem corretores a atuarem em outros ramos

De setembro de 2023 a agosto de 2024, a representatividade da participação da produção das assessorias em todo o Brasil no canal Varejo da Tokio Marine atingiu 21,5%, um crescimento de 5,9%. Auto obteve 4,3% de crescimento, RD Massificado, 22,9%, Vida, 15%, e Produtos PJ, 10,8%.

“Há muita oportunidade de crescer o nosso mercado. Vejo uma indústria securitária que continuará pujante ao longo de 2025 e também oportunidades com o surgimento de novos nichos”, comentou o CEO da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara, que, junto à sua diretoria composta por Marcos Kobayashi, diretor Comercial Nacional Varejo e Vida; Marcelo Goldman, diretor-executivo de Produtos Massificados; Felipe Smith, diretor executivo de Produtos Pessoa Jurídica, e Alexsandro Priuli, diretor Comercial Varejo SP Capital, participou do tradicional almoço realizado pela Aconseg-SP em outubro, no Terraço Itália (SP).

Segundo Marcos Kobayashi, a companhia multiproduto possui quatro grandes linhas: Automóvel, RD Massificados (Condomínio, Fiança e Residencial), Vida e Produtos Pessoa Jurídica.

“Auto é a maior carteira que temos dentro da companhia, mas o número de crescimento de Massificados, Vida e PJ mostra que estamos avançando nessas linhas de negócios para que vocês possam melhorar mix de carteira, share, resultado e oportunidade de negócios”, compartilhou o diretor.

Ferrara destacou que mudou o seu pessimismo com relação ao futuro da carteira de Automóvel, antes gerado pela uberização



Diretorias da Aconseg-SP e da Tokio Marine

Em termos de planejamento estratégico, estamos com uma visão muito otimista com relação a 2025. Já somos uma companhia de R\$ 13,1 bilhões, com crescimento de 9,5%”

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine Seguradora

e também uso dos veículos compartilhados. “Está todo mundo comprando carro e temos novas indústrias de veículos chegando no Brasil. O mercado de automóvel vai continuar por muito tempo. Tivemos um crescimento de 17% muito em cima de vendas novas, de carros zero quilômetro”.

Somente as assessorias de São Paulo apresentaram crescimento de 8,5%, um incremento de 6,1% em relação ao período anterior. A distribuição ficou 4%, Auto; RD Massificados 28,9%, Vida, 20,5% e Produtos PJ 14,4%.

Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, ressaltou a importância de despertar o interesse do corretor para outros ramos por meio de ‘pílulas’ de conhecimento sobre as operações de ramos. “Esse seria um estímulo para que o corretor venha praticar alguns produtos que ele não conhece, tais como D&O, Transporte e Garantia”.

CENÁRIO

Ainda sobre 2025, Ferrara destacou que o ano será desafiador, diante da atuação das Associações de Proteção Veicular, as chamadas APVs, ao mesmo tempo em que o mercado e a Susep projetam uma indústria mais pujante com mais ofertas de seguros e novos players entrantes.

Ele ressaltou a importância das assessorias para o modelo de negócios da seguradora. “Nós tratamos as assessorias como se fossem uma sucursal nossa. Temos praticamente as mesmas metas, os mesmos objetivos de performance e o mesmo alinhamento estratégico”.

Assessorias associadas à Aconseg-SP com a diretoria e comerciais da Bradesco



Diretorias da Aconseg-SP e da Bradesco

OPEN INSURANCE É OPORTUNIDADE PARA O CORRETOR ESTAR MAIS PRÓXIMO AO CLIENTE

Presidentes de Auto/RE, Vida e Previdência e Saúde da Bradesco abordam o trabalho com as assessorias, os desafios e as oportunidades

Open insurance pode ser um estimulador de maior proximidade entre corretores e clientes. Afinal, segundo Jorge Nasser, diretor-presidente da Bradesco Vida e Previdência, o Opín traz ao mercado um desafio que já estava posto há muito tempo, que é o relacionamento e proximidade com o cliente.

“Enquanto eu gerar valor e for relevante no relacionamento com o meu cliente, consigo ter negócios e fixá-lo na minha carteira. O Opín traz o desafio de cada vez mais nos aproximarmos do cliente e levarmos mais soluções e revisitarmos propostas”, disse Nasser, durante o tradicional almoço realizado pela Aconseg-SP, no Terraço Itália, que recebeu as lideranças das verticais da Bradesco Seguros.

Na visão de José Pires, diretor da BVP, o Opín é um grande alerta para o corretor de seguros se desenvolver e fazer um ecossistema de oferta mais amplo. “Essa responsabilidade é dos dois lados da mesa. É a oportunidade e ameaça”.

Nasser ainda lembrou que, pela primeira vez na história, sete gerações coexistem, sendo que quatro delas convivem no mesmo ambiente. “Isso aumenta a nossa responsabilidade, tanto de corretores e assessorias como de seguradoras, pois temos a responsabilidade de traduzir para gerações diferentes o que nós fazemos. O corretor tem o papel importante de traduzir isso no dia a dia das pessoas. Levar ao corretor a necessidade de ele ser um profissional completo é o papel da Aconseg-SP”, analisou Nasser.

Em termos de oportunidades, Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, apresentou os números da associação de 2016 a

Levar ao corretor a necessidade de ele ser um profissional completo é o papel da Aconseg-SP”

Jorge Nasser, diretor-presidente da Bradesco Vida e Previdência

2023, com base no relatório anual elaborado pelo economista Francisco Galiza, e a participação da seguradora.

“A evolução de 2016 a 2023 da produção das assessorias com a Bradesco foi de 22%. Independentemente da evolução dos últimos oito anos, a Bradesco tem grande oportunidade de expandir seu negócio levando em consideração que 12 das 41 assessorias afiliadas à Aconseg-SP trabalham com a companhia”, descreveu Montenegro.

Carlos Marinelli, que assumiu como diretor-presidente da Bradesco Saúde diante da nova configuração da companhia, participou pela primeira vez de um encontro da Aconseg-SP.

Segundo ele, a produção de saúde com as assessorias teve um incremento de 31% em 2024 em comparação com o ano anterior. “É um dos maiores crescimentos dentro da companhia. Olhamos para o ano de 2025 e sabemos que podemos fazer mais ainda”, completou o presidente, ao adiantar que o segmento das pequenas empresas (SPG) da companhia terá novos produtos, inclusive regionalizados. “Queremos ser a primeira opção do corretor em saúde”.

Ney Dias, diretor-presidente da Bradesco Auto/RE (BARE), destacou o desempenho ao longo de 2024, em que a Bradesco cresceu 7,5% em auto, 9,5% em itens, 26% em ramos elementares e 40,4% no residencial.

“Queremos proteger cada vez mais as famílias brasileiras. Viemos crescendo a taxas importantes, mas quando olhamos a nossa fatia de mercado, de 6% do PIB, há muita oportunidade negócios, mas sobretudo muita gente desprotegida. O papel de formação e treinamento que vocês exercem é fundamental para que possamos ter profissionais melhor preparados para aproveitar a relação com os clientes e serem cada vez mais os consultores de riscos deles”.

Os associados



Diretoria da Aconseg-SP



21 ANOS LADO A LADO COM O MERCADO

Aconseg-SP recebe as principais lideranças das empresas parceiras na celebração de seu aniversário

A Aconseg-SP celebrou seu 21º ano com um coquetel para parceiros no Buffet Vila Glam, em novembro. O evento marcou o primeiro ano da gestão da diretoria liderada por Ricardo Montenegro, composta por Milton Ferreira (vice-presidente), Marcos Holanda (presidente do Conselho), Monica Dargevitch (diretora administrativa), Maria Guadalupe (diretora para o interior) e Alberto Novais (diretor financeiro).

Montenegro fez um balanço da gestão e destacou a quantidade de empresas que procuraram a Aconseg-SP para apresentar as suas propostas de trabalho em 2024. "As empresas nos procuram porque somos intermediárias do corretor. Por isso, ho-

menageamos o corretor porque ele é realmente o foco do trabalho das assessorias. Para oferecer o melhor atendimento a esses parceiros e ajudá-los a fazer o cross sell, as assessorias têm investido em cursos e treinamentos", comentou.

Além dos tradicionais almoços realizados mensalmente no Terraço Itália com o board das seguradoras, em 2024 a associação participou dos principais eventos voltados aos corretores de seguros em todo o Brasil. "É muito importante o nosso networking com as seguradoras. Em 2025, organizaremos almoços com mais parceiros", antecipou.

Em 2024, a Aconseg-SP também inovou ao receber os parceiros para um café da manhã, em que fez a apresentação do Relatório Econômico da associação, realizado anualmente pelo economista Francisco Galiza. "O Relatório mostra a potência e a pujança da Aconseg-SP", ressaltou o presidente.

Em outubro, a Associação também realizou um evento presencial para 400 profissionais, denominado 'O corretor no seguro de vida', em comemoração aos cinco anos do movimento 'Diga Sim ao Seguro de Vida'. "Esse evento marcou o mercado e posicionou a Aconseg-SP em outro patamar", anunciou Montenegro.

Com uma parceria iniciada há cerca de nove anos com a Aconseg-SP, Fernando Soares, CEO da Suhai, destaca o ano de 2024. "Foi um ano em que as assessorias ajudaram muito a Suhai a crescer e a desbravar o mercado de não segurados", diz o CEO, cujo crescimento com as assessorias foi de 20%, sendo que as mesmas equivalem a 50% da produção. "É uma parceria vencedora, que vem sendo construída ao longo de muitos anos".

"A Aconseg-SP e as suas 40 associadas têm uma importância vital no processo de distribuição da Tokio Marine, em especial na carteira de auto. Ao longo de 2024, percebemos a diversificação da carteira das assessorias. Vejo as assessorias crescerem na carteira de residência, fiança locatícia, condomínio, empresarial e vida individual. Hoje há um leque grande de produtos trabalhados pelas assessorias", resalta José Adalberto Ferrara, CEO da Tokio Marine, que resalta o fato de as parceiras serem fundamentais no processo de distribuição dos produtos da companhia.

“Nosso relacionamento com as assessorias está cada vez mais próximo. Estamos trabalhando para criar mais valor no mercado de seguros e no mercado de assessorias. Elas são uma alavanca muito importante para o nosso crescimento no futuro”, diz Oscar Selada, CEO de Negócios da MAPFRE.

Desde o início da operação, em 2019, a EZZE Seguros atua em parceria com as assessorias, mas com a entrada no ramo de automóvel. Em 2024, a companhia considerou estar mais próxima. “Começamos a estreitar relacionamento com a Aconseg-SP e tem sido muito bom porque tem aberto várias portas para nós. Com isso, conseguimos trabalhar a nossa estratégia”, frisa o CEO Richard Vinhosa.



Homenagem Suhai



Homenagem Tokio Marine



Homenagem Ezze



Homenagem Darwin



Homenagem Mapfre



Homenagem Allianz



CERTIFICADO ACONSEG-SP

Mais assessorias receberam o certificado de associada à Aconseg-SP. Em setembro e outubro, foram diplomadas Axpert Underwriting Assessoria de Seguros, AC Brasil Assessoria de Seguros, C6 Seg Assessoria e Consultoria em Seguros, W. L. Assessoria e Consultoria de Seguros e a Vila Velha Assessoria.



W. L. Assessoria e Consultoria de Seguros



C6 Seg Assessoria e Consultoria em Seguros



AC Brasil Assessoria de Seguros



Axpert Underwriting Assessoria de Seguros



Vila Velha Assessoria



Cobroker Assessoria em Saúde

Encontro com **Maxpar**



As assessorias em seguros filiadas à Aconseg-SP participaram de um encontro de relacionamento com os executivos da Maxpar Assistências.



Aconseg-SP no **23º Congresso Brasileiro de Corretores**



As assessorias associadas à Aconseg-SP participaram do 23º Congresso Brasileiro de Corretores de Seguros, realizado em outubro, pela Fenacor e o Sincor-RJ, na Expo MAG, no Rio de Janeiro. O evento reuniu profissionais de todo o Brasil para discutir "O futuro da distribuição dos seguros no Brasil".

Encontro no **RJ**



As assessorias em seguros de São Paulo, Norte e Nordeste, e do Centro-Oeste se reuniram para um almoço antes do Congresso Brasileiro de Corretores de Seguros.

CQCS Insurtech 2024



O CQCS Insurtech & Inovação 2024 realizado em novembro, em São Paulo, abordou a importância da tecnologia, sobretudo da inteligência artificial, sem transpor a humanização. O evento foi acompanhado nos dois dias pelo presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, e algumas assessorias associadas.

Jantar na **Seguros Unimed**



Em outubro, a Seguros Unimed realizou em sua matriz um evento em que recebeu convidados especiais, dentre eles o presidente e o vice-presidente da Aconseg-SP, respectivamente Ricardo Montenegro e Milton Ferreira, assessorias e corretores.



Assessorias no **Agita Amil**

Representantes das assessorias associadas à Aconseg-SP participaram do evento Agita Amil, em novembro.

Aconseg-SP na estreia do **podcast Moshe**



Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, participou do programa de estreia do podcast Moshe, ao lado do presidente do Sincor-SP, Boris Ber, e o corretor Gustavo Meireles, da Best Life. Na ocasião, Montenegro falou sobre a importância da atuação das assessorias no apoio ao corretor de seguros de diferentes portes, inclusive endossado pelo presidente do Sincor-SP. "O atendimento das assessorias possui estruturas dedicadas, os profissionais fazem cursos e treinamentos constantemente. Isso possibilita ao corretor focar nas vendas, enquanto as assessorias atuam na parte operacional para ele. Existe uma tendência de evolução muito maior para o corretor quando ele é atendido pelas assessorias", pontuou Montenegro.

Assista na TV Moshe:



Almoço do **CCS-SP**

Ricardo Montenegro (à dir.) participou do almoço do Clube dos Corretores de Seguros de São (CCS-SP), cujo mentor é Álvaro Fonseca (à esq.), realizado em novembro, que recebeu o diretor Comercial da Bradesco Auto/RE, Leonardo Pereira de Freitas.



Encontro na **Suhai**

Em novembro, as assessorias também participaram de um encontro na Suhai.



Almoço do **Sindseg-SP**

A Aconseg-SP participou do almoço de fim de ano com a liderança do mercado de seguros paulista e nacional preparado pelo Sindseg-SP.



MaxTalks entrevista Montenegro

O presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, foi entrevistado por Eduardo Borges, vice-presidente do Grupo Autoglass e head da Maxpar, no episódio 4 do Maxtalks | Assessorias em Seguros.



Veja a entrevista na íntegra:



ACONSEG SP

Em 2024, a Aconseg-SP completou 21 anos. A nossa responsabilidade e o nosso compromisso com os corretores de seguros aumentaram.

É assim que nos sentimos quanto ao apoio oferecido aos corretores de seguros na missão de ofertar a proteção securitária em nosso País.

Avançamos mais rápido e com mais consistência quando caminhamos juntos. Para 2025, planejamos formas de agregar ainda mais valor à nossa prestação de serviço. Afinal, tudo o que fazemos é para você, corretor.

Desejamos um novo ano com muita proteção, saúde, alegria e prosperidade. **Que todos tenham um Natal iluminado.**

Esses são os votos das assessorias em seguros da Aconseg-SP





AC Brasil | Antonio Carlos Brasil | (19) 3295-5790
brasil@acbrasil.com.br @ ac_brasil.seguros

Ação Imediata | Abediel Pereira | www.acaoimediate.com.br
abediel@acaoimediate.com.br | (11) 97322-6064 @ acaoimediate

Active | Roberto Benedito | www.comlactive.com.br
roberto@comlactive.com.br | (11) 3293-0777 @ activeassessoria

Assecor | Lucas Camillo | camillo@assecor.com.br
(11) 99965-9671 @ assecor_assessoria

Axpert | Juliana Santos | jsantos@axpert.com.br
(11) 99267-5275 @ axpertbr

Baeta | Luiz Philipe Baeta | baeta@baeta.com.br
(11) 3817-4887 @ baeta.assessoria

Base | Marcos Scherer | marcos.scherer@suabase.com.br
(11) 98685-2695 @ base.seguros

C4 | Armando Semegnin | www.c4online.com.br
armando@c4online.com.br | (11) 5535-1063 @ c4assessoria

Cobroker | Vanessa Mendes | vanessamendes@cobroker.com.br
(11) 97374-9090 @ cobrokerinsurancehub

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 @ christassessoria

Continental | Liza Maria\Luiz Gustavo
www.continentalservicos.com.br | luli@continentalservicos.com.br
(11) 3629-1299 @ continentalassessoria

Copasul | Marcos Colantonio | www.copasulassessoria.com.br |
marcos@copasulassessoria.com.br | (11) 2671-7800 @ copasulassessoria

F. Luvisi | Fabio Luis | comercial@fluvisi.com.br
(11) 4113-3018 @ f.luvisi

Fonseg | Ricardo Fonseg | www.fonsegassessoria.com.br
ricardo.fonseg@uol.com.br | (11) 3571-3221 @ fonsegassessoria

Friends City | Fabio de Carvalho
friendscity.assessoriasseguros@friendscity.com.br
(11) 3313-6311 (11) 94058-1461 (11) 94061-7225 @ friendscity.assessoria

Futura União | Marcos Holanda | mareos.holanda@grupofuturauniao.com.br
(11) 3661-4491 @ grupofuturauniao

Genebra | Alessandro Persico | marcosrodella@brgenebra.com | genebra@
brgenebra.com | (16) 3621-1000 @ genebra.assessoria

Hits | Mônica Dargevitch | monica@hitsassessoria.com.br
(11) 4428-1475 @ hits.assessoria

Humana | Rodrigo Bertacini | www.humanaseguros.com.br
rodrigo.bertacini@humanaseguros.com.br
(11) 3334-8618 @ humanaseguros

Intereor | José Scalco | scalcojr@hotmail.com
(11) 4522-5303 @ intereorseguros

Labour | Margaret Tymus | www.labourseguros.com.br
diretoria@labourseguros.com.br | einthya@labourseguros.com.br (11)
3253-8644 @ labourassessoria

Marchan | Mauro Archanjo | www.marchassessoria.com.br
mauro@marchassessoria.com.br | (19) 3251-3938 @ marchanassessoria

Maxfort | Aparecida Garrido | www.maxfortseg.com.br
cidagarrido@maxfortseg.com.br | (11) 2909-7622 @ maxfort.assessoria

Maximo 360° | Maximo Santos | maximosantos@maximo360.com.br
(11) 4992-7099 @ maximo360_

Montenegro | Ricardo Montenegro | www.montenegroseguros.com.br monte-
negro@montenegroseguros.com.br

(11) 97686-1451 @ montenegro.assessoria

NBA | Nilson Barreto | www.nbaseguros.com.br
nilson@nbaseguros.com.br | fernando@nbaseguros.com.br

(11) 2227-9090 @ nbaseguros

Novo Milênio | Diego Linardo | www.novomilenioassessoria.com.br
diegodelinardo@gmail.com | (19) 3422-0804 @ novomilenioassessoria

Opipari | Helio Opipari Jr. | www.opipari.com.br
helio@opipari.com.br | (11) 3638-3400 @ opipari.assessoria

Personal Prev | Milton Ferreira
milton@personalprev.com.br | (11) 5572-6422

Prestopower | Arsenio Lelis | www.prestopower.com.br
arsenio@prestopower.com.br | (11) 3221-1155 @ presto.power

Ragaz | Leonardo Sardinha | leonardo.sardinha@ragaz.com.br
claudia.simplicio@ragaz.com.br | (11) 96720-9496 @ ragazassessoria

Renaseg | Alberto Novais | www.renaseg.com
alberto@renaseg.com | (16) 3234-4232 @ renasegassessoria

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 @ sanzassessoria

Valor-Ação | Jorge Teixeira | www.valoracaoseguros.com.br
jorget.barbosa@gmail.com | (11) 2671-5050 @ valoracaoseguros

Veritas | Fabio Sardagna | www.veritasseguros.com.br
fabio@veritasseguros.com.br | (11) 3214-6160 @ veritas.assessoria

Vila Velha | Fernando Moraes | fernandomoraes@vilavelhaassessoria.com.br
(11) 3230-1757 (11) 97808-814 @ vilavelhacorretora

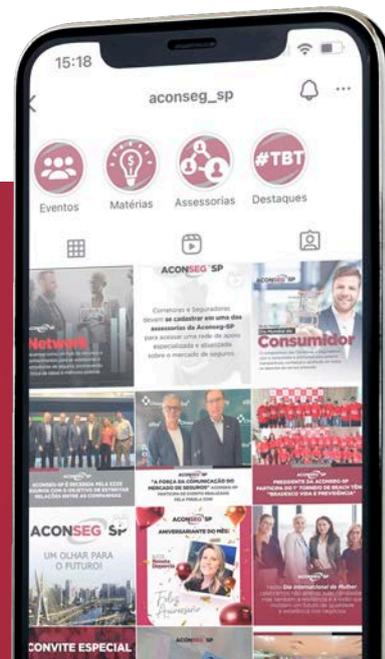
WL | Wilson Lima
wilsonlima@wlseguros.com.br
(11) 99659-7017 @ wlseguros_br

SIGA A CONSEG-SP
NAS REDES SOCIAIS

@aconseg_sp

Aconsegsp

aconseg-sp





SulAmérica

A Seguradora n° 1 do país pelo ranking Valor 1.000

Tradição, inovação
e compromisso com a vida.



Acesse sulamerica.com.br
e fale com seu corretor.

Sabe o que é tão bom quanto ter um Bradesco Seguro Auto? Pagar com pontos Livelo.

Agora, seus Clientes podem pagar o Bradesco Seguro Auto com pontos Livelo e economizar dinheiro. Um jeito diferente de pagar o seguro.



Ofereça para seus Clientes e faça bons negócios.



Saiba mais.

 **livelo**



**Bradesco
Seguro
Auto**

Especialista
no seu carro



**bradesco
seguros**

Com Você. Sempre.