

ANO 17 • NÚMERO 69 • JAN/FEV/MAR DE 2025

# ACONSEG SP

## MAPFRE DECOLA EM PROJETO COM AS ASSESSORIAS

Expectativa da companhia é que 2025 seja um ano de crescimento e consolidação do canal

*Oscar Celada, CEO Adjunto de Negócios da MAPFRE*

### A POTENTE ALIADA DO CORRETOR

Seguradoras investem em soluções para facilitar o dia a dia dos corretores, que precisam aproveitar o potencial da IA

### MULHERES DO MERCADO

O protagonismo feminino que engaja e contagia no oferecimento de soluções no mercado de seguros

# Seu Cliente precisa de proteção para a empresa dele?



**Seguro Tokio Marine Empresarial Resolve.**

O Seguro Empresarial Tokio Marine é bom para o seu Cliente e para você. Cliente conta com mais de 50 coberturas e você, com diversas vantagens:

## Confira as vantagens.



SEU CLIENTE PODE CONTRATAR DIRETAMENTE NA PÁGINA DE COTAÇÕES E VOCÊ RECEBE A COMISSÃO AUTOMATICAMENTE.



PERSONALIZE UMA PÁGINA NO TOKIO SITES E ENVIE PARA SEU CLIENTE, VIA BROKERTECH.



VOCÊ PODE CONTRATAR DE FORMA RÁPIDA E FÁCIL NO PORTAL DO CORRETOR.

**A EMPRESA DO SEU CLIENTE FICA EM SEGURANÇA E VOCÊ GANHA NA HORA.**

**Para mais informações, fale com seu Gerente Comercial.**



**TOKIO MARINE SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

[tokiomarine.com.br](http://tokiomarine.com.br) [Tokio Marine Seguradora](#) [/TokioMarineSeguradora](#) [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](http://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](http://www.susep.gov.br). Março/2025.

# VOAMOS ALTO

Oscar Celada é um entusiasta do trabalho das assessorias desde o primeiro momento em que conheceu o formato de operação das nossas empresas. Como resultado, temos mais uma liderança na MAPFRE disposta a alçar o canal assessoria ao mais elevado posto dentro da seguradora e, claro, trazendo o corretor cada vez mais para dentro de casa.

A projeção da seguradora em relação à expectativa da parceria com as assessorias é um dos destaques desta edição, já que estão retratados em nossa entrevista especial e foi pauta de um dos nossos almoços.

A edição ainda registra o almoço que fizemos com a disruptiva Justos, que também aposta no corretor e nas assessorias para conquistar mercado.

A verdade é que as companhias nos veem como parceiras porque voamos alto. Comprovamos que somos uma excelente opção para atender o corretor como, de fato, ele merece. Isso pode ser atestado no 9º Relatório Aconseg-SP, além de ser testemunhado por meio de uma matéria com corretores parceiros de assessorias, já há muitos anos, que compartilham as vantagens de trabalhar com esse modelo de parceria.

Outro destaque da nossa publicação é um especial mulheres, com importantes lideranças dentro das companhias, que têm contribuído enormemente para o desenvolvimento do nosso mercado. Aqui, aproveito para reconhecer as nossas diretoras Maria Guadalupe e Monica Dargevitch por representarem magistralmente o protagonismo feminino dentro da Aconseg-SP.

Também abordamos outro tema importante no mercado de seguros, que é a inteligência artificial. Sabemos que ela já vem sendo aplicada por muitas companhias na parte de atendimento ao cliente, vistoria, regulação de sinistro e quisemos conhecer o que já vem sendo desenvolvido para auxiliar o corretor a vender mais.

Entre as assessorias em seguros, o tema inteligência artificial também já é acompanhado de perto. O nosso 9º Relatório Aconseg-SP, inclusive, abordou o assunto entre as associadas que, de forma geral, reconhecem como muito importante.

A verdade é que quem usar a IA será elevado a outro nível. É isso o que queremos, que os corretores atuantes com as assessorias estejam sempre um nível acima. Contem sempre conosco!



*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.



# O VOO DA MAPFRE COM AS ASSESSORIAS

Relação com as assessorias e a Aconseg-SP tem sido fundamental para garantir uma operação robusta, com suporte adequado e alinhado às necessidades dos corretores, conforme Celada



**A** MAPFRE ingressou em 2025 com um novo gás. Com os ajustes necessários concluídos dentro de casa e o objetivo de conquistar mercado, a companhia trabalha em um planejamento estratégico, dos quais as assessorias fazem parte, que tem tudo para transformar os seus resultados.

“Nosso foco sempre foi proporcionar um atendimento diferenciado e próximo às assessorias, criando um ambiente favorável para que os corretores possam atuar de maneira mais estratégica. Esse movimento fortaleceu nossa presença no mercado e consolidou o canal como um pilar essencial dentro da nossa estrutura de distribuição na MAPFRE”, comenta Oscar Celada, CEO Adjunto de Negócios da MAPFRE, que espera que 2025 seja um ano de crescimento do canal de assessorias dentro da seguradora.

Segundo ele, o ano de 2024 foi fundamental para a construção e consolidação do canal de assessorias na MAPFRE. “Tivemos um crescimento significativo, não apenas no volume de prêmios emitidos, mas, principalmente, na ampliação da base de corretores ativos que operam por meio desse canal”.

Celada define 2024 como um ano de grande aproximação e construção de um relacionamento sólido com as assessorias. “Em São Paulo, especificamente, demos um passo importante ao criar duas sucursais exclusivas para o atendimento a esse segmento. O objetivo foi oferecer um suporte ainda mais personalizado, garantindo agilidade no atendimento, direcionamento estratégico e proximidade com os corretores que atuam através das assessorias. Essa estrutura reforça o compromisso da MAPFRE com esse modelo de negócio e proporciona um ambiente mais favorável para o crescimento e desenvolvimento das operações no estado”.

A companhia possui estratégias diferenciadas para a capital e o interior do estado de São Paulo, pois entende, conforme o CEO, que as dinâmicas de mercado são distintas. “Contamos com duas sucursais de assessorias no estado de São Paulo, uma voltada para SP Capital e outra para o Interior, garantindo suporte adequado para cada realidade. Nosso foco é expandir nossa presença no estado, fortalecendo parcerias e oferecendo produtos alinhados às particularidades de cada região. A recente inauguração de uma filial no interior reforça esse compromisso por um atendimento mais próximo e eficiente”.

## AS PARCEIRAS ASSESSORIAS

“Sendo um projeto relativamente novo dentro da MAPFRE, nosso olhar está muito voltado para o fortalecimento do canal e a qualificação da base de corretores que operam por meio das assessorias. O nosso principal objetivo tem sido estruturar um modelo que permita o crescimento sustentável da operação, e os números refletem esse avanço: ultrapassamos a marca de 3,8 mil corretores ativos no canal em 2024. Esse crescimento expressivo reforça a importância do modelo que montamos e o potencial que ele tem para seguir expandindo nos próximos anos”, expõe Celada.

A seguradora mantém uma parceria estratégica com a Aconseg-SP e segue avançando nesse relacionamento, com diversas assessorias filiadas à entidade já credenciadas e atuando diretamente com a companhia. “Essa relação tem sido fundamental para garantir uma operação robusta, com suporte adequado e alinhado às necessidades dos corretores. Além disso, estamos constantemente avaliando novas oportuni-

“

Nosso objetivo é levar informação, suporte e novas oportunidades de negócios para todos os profissionais que atuam dentro desse canal. A Aconseg-SP tem sido uma parceira fundamental nesse processo e queremos que esse relacionamento siga forte e duradouro porque acreditamos neste modelo”

dades para ampliar essa base e fortalecer ainda mais essa parceria”.

Conforme Celada, o interesse pela parceria com as assessorias é crescente, pois o modelo tem se mostrado extremamente eficiente para os corretores e para a seguradora ao proporcionar um suporte diferenciado e mais próximo. “Temos percebido um



Oscar Celada, CEO Adjunto de Negócios da MAPFRE

interesse crescente por parte das assessorias e dos corretores em trabalhar com a MAPFRE, o que reforça que estamos no caminho certo. Nosso objetivo é continuar ampliando essa participação, fortalecendo as relações e criando cada vez mais oportunidades para todos os envolvidos”.

Para 2025, as assessorias de São Paulo

podem esperar um relacionamento cada vez mais próximo e estruturado com a MAPFRE, muito apoio consultivo, incentivo a diversificação de vendas, especialização em segmentos rentáveis, treinamentos, networking, benefícios, recompensas e muita integração. “Estamos realizando uma série de roadshows com nossas assessorias representantes, reunindo corretores, compartilhando novidades e fortalecendo a parceria de longo prazo. Nosso objetivo é levar informação, suporte e novas oportunidades de negócios para todos os profissionais que atuam dentro desse canal. A Aconseg-SP tem sido uma parceira fundamental nesse processo e queremos que esse relacionamento siga forte e duradouro porque acreditamos neste modelo”.

#### RAMOS EXPLORADOS

O grande foco dentro do canal de assessorias está no varejo, no qual a companhia tem um portfólio completo e competitivo. As principais frentes são auto (sem frotas), os produtos massificados, como seguros empresariais, residenciais, responsabilidade civil médico, máquinas e equipamentos, além do Vida.

“Um grande diferencial que trouxemos recentemente para os corretores das assessorias foi o patrimonial rural, um produto que abre novas oportunidades de negócios e atende a uma demanda crescente no mercado. Essa diversificação de portfólio permite que os corretores tenham mais opções para atender seus clientes e, conseqüentemente, aumentem sua rentabilidade”.

Grande incentivadora do cross-selling, a companhia tem obtido resultado no trabalho de incentivar os corretores a ofertarem mais de um produto ao segurado. Para tanto, investe em treinamentos e ações comerciais para reforçar essa prática e garantir que os corretores tenham as melhores ferramentas para trabalhar essa estratégia no dia a dia.

“Nosso portfólio é bastante amplo e foi

estruturado para permitir diversas combinações de produtos que agregam valor aos clientes e aumentem a produtividade dos corretores. O cross-selling tem sido uma estratégia muito bem-sucedida dentro do canal de assessorias, pois permite que os corretores ampliem suas carteiras oferecendo soluções complementares”.

#### MAPFRE + CORRETOR

Um dos marcos mais importantes para 2025 é a segmentação dos corretores por meio do novo programa “MAPFRE + Corretor”, garantindo que aqueles que operam via assessorias tenham acesso a benefícios exclusivos e campanhas diferenciadas. “Essa estratégia impulsiona o nosso compromisso com o canal e mostra que estamos cada vez mais investindo nesse modelo. Queremos fortalecer a relação com as assessorias, expandir nossa presença no mercado e garantir que os corretores tenham todas as condições para crescer junto conosco”.

Nesse sentido, ele lembra que uma das grandes novidades deste ano foi a chegada da Karine Brandão como diretora-executiva do canal corretor. “Profissional extremamente reconhecida do nosso mercado, recebê-la na MAPFRE foi a concretização de um sonho antigo. Estou bastante animado com a chegada dela, que já tem se movimentado e contribuído fortemente com nossa estratégia comercial, demonstrando sólido conhecimento sobre a cultura da nossa empresa e aplicando uma visão muito interessante sobre aquilo que traçamos como prioridade. A sinergia tem sido incrível”, define o CEO.

Outro pilar essencial da evolução da operação da seguradora é a inovação. “Em 2024, lançamos diversas novidades, aprimoramos processos e investimos em novas tecnologias para melhorar a experiência dos corretores e clientes. Para 2025, seguiremos nesse caminho, trazendo melhorias nas plataformas, novos produtos e soluções que tornem o dia a dia dos corretores ainda mais eficiente. É um ano para colher frutos de muitos ajustes que foram necessários. O mercado está em constante evolução, e nosso compromisso é continuar inovando para atender às necessidades e expectativas dos nossos parceiros, que são os corretores”, conclui.



## IA PODE AUXILIAR O CORRETOR NA VENDA

Seguradoras já investem na inteligência artificial com o objetivo de auxiliar no ganho de performance e produtividade do corretor de seguros

A temática inteligência artificial (IA) já permeia o dia a dia de todos nós. Segundo o relatório “Tendências da IA Generativa em Seguros”, da PwC Brasil, a tecnologia não apenas melhora a eficiência operacional, mas também posiciona seguradoras para maximizar o valor de seus negócios.

Fato é que as companhias também têm investido em inteligência artificial para auxiliar o corretor a aumentar a produtividade, dedicando menos tempo a questões operacionais e mais tempo à consultoria.

Com a aplicação da IA nos processos há também a melhora da experiência do cliente e, conseqüentemente, da experiência do seguro.

O Grupo Bradesco Seguros tem investido bastante em chats de atendimento, assistentes virtuais e fazer com que a IA seja uma ferramenta para ajudar o corretor no

seu trabalho. “Estamos trabalhando em todo esse ecossistema para garantir que o corretor possa ter ganho de performance e produtividade em várias outras frentes e se dedique ao trabalho consultivo”, descreve José Loureiro, diretor de Inovação, Digital e Dados do Grupo Bradesco Seguros.

“O que mais norteia as nossas decisões de investimentos é poder auxiliar o corretor em tarefas que hoje demandam bastante tempo para ele, de forma que gere maior produtividade e, principalmente, que ele possa se concentrar na essência do seu trabalho, que é a consultoria e identificar para os clientes as melhores opções de cobertura”, acrescenta Loureiro.

O direcionamento do Grupo Bradesco Seguros é utilizar a IA para melhorar a rapidez na emissão de apólices, otimizar processos internos, toda a parte de atendimento, ge-



A IA pode ajudar tanto a escrever, como a personalizar um e-mail. São várias opções que os corretores têm. É importante os corretores se aprofundarem. A IA não vai substituir o papel do corretor. O corretor que utilizar bem a IA vai ter performances diferenciadas em relação ao que não usar”



José Loureiro, diretor de Inovação, Digital e Dados do Grupo Bradesco Seguros

rar assistentes virtuais para adiantar esse processo e também no CRM, e na geração de ofertas para que o corretor seja mais assertivo na hora da venda.

Segundo o diretor do Grupo Bradesco, a IA pode ajudar os corretores nas atividades mais rotineiras e repetitivas, que demandam muito tempo. “A IA pode ajudar tanto

a escrever, como a personalizar um e-mail. São várias opções que os corretores têm. É importante os corretores se aprofundarem nisso. É muito amplo o potencial de utilização no mercado. A IA não vai substituir o papel do corretor. O corretor que utilizar bem a IA vai ter performances diferenciadas em relação ao que não usar”.

A IA tem um potencial enorme de gerar facilidades, principalmente o corretor menor, que não tem muita estrutura. Ela permite que o corretor cresça sem a necessidade de muito investimento.

Segundo Loureiro, a Bradesco possui um bom histórico de utilização das soluções pelos corretores. “Isso também é muito influenciado porque estamos muito próximo aos corretores. Também cuida da área de Pesquisa/Customer Insights e ouvimos as necessidades dos corretores. Essa relação próxima é essencial para poder oferecer soluções que atendam, de fato, os corretores”, analisa o executivo, para quem já existe um potencial grande de utilização pelos corretores.

“O que vejo incipiente é os corretores utilizando a IA por iniciativa própria em seus processos”.

Para o diretor da Bradesco, os desafios da IA para o mercado de seguros são a proteção de dados, o entendimento da IA Generativa, capacitar as pessoas e a estrutura de dados. “Você treina a IA com dados. Se você não tiver dados estruturados e organizados, e não tiver claro o que quer treinar e para que, corre-se o risco de fazer um processo bom de IA, mas gerar informações ruins”.

## SOLUÇÕES SOB MEDIDA

“Na Allianz, usamos a IA principalmente para personalizar produtos e serviços, para que possamos encontrar a solução mais adequada às necessidades individuais de cada cliente. Melhoramos nossos recursos de subscrição e precificação para que os consumidores possam obter ofertas precisas mais rapidamente”, diz Rosely Boer, diretora executiva de Operações e TI da Allianz Seguros.

A companhia implantou mais de 84 serviços digitais diferentes, dos quais 31 são autosserviços via chatbot disponíveis 24 horas por dia/7 dias por semana.

“Atualmente, 55% de todos os atendimentos realizados pela Allianz já acontecem pelo canal de chat (se considerados apenas o atendimento aos corretores, temos 67% neste canal), com 88% de resolução, com feedbacks ‘satisfeito’ ou ‘muito satisfeito’ e avaliação de 4.5 de 5 estrelas. Para aumentar a eficiência e a solução automática de atendimentos do chat, é realizado um forte trabalho de curadoria, para verificar como os usuários interagem com os nossos bots e como podemos proporcionar uma melhor jornada para os nossos segurados e corretores”, diz Rosely.

Ela acredita que a IA oferece oportunidades que podem fortalecer o trabalho dos corretores, à medida que as seguradoras passam a contar com soluções mais sofisticadas para precificação, análise de perfil e personalização de ofertas, que aumentam o valor percebido pelos clientes e tornam o atendimento mais eficiente.



**A capacitação é uma importante ferramenta nesse sentido. Através dela, o corretor pode entender como fazer o melhor uso da inteligência artificial, economizando tempo com burocracia, atividades de baixo valor agregado e assumindo um papel mais consultivo perante seu cliente, estreitando laços e se tornando cada vez mais relevante na escolha de produtos e formação de opinião do consumidor”**

*Rosely Boer, diretora executiva de Operações e TI da Allianz Seguros*



**“A IA tem sido aplicada em diversas frentes da MAPFRE para facilitar o dia a dia dos corretores. Por exemplo, na vistoria de novas apólices e na análise de sinistros, em que conseguimos acelerar processos e aumentar a precisão sem necessidade de intervenção humana. Isso significa menos burocracia e mais agilidade no atendimento ao cliente”**

*Hugo Assis, diretor-geral de inovação e transformação da MAPFRE*

te. “Esses recursos permitem oferecer experiências sob medida, um importante diferencial que amplia a oferta de seguros, promove inclusão financeira e aumenta a inserção do produto na rotina dos consumidores. Quanto às tarefas administrativas da própria corretora, a IA pode auxiliar a aumentar a eficiência no dia a dia, com tarefas operacionais, liberando espaço para atividades mais consultivas e avançando o volume de negócios”, explica.

Uma das apostas da companhia é que quanto mais simples forem as jornadas, mais ágil será o atendimento e melhor será a qualidade do serviço prestado. “Porém, por trás dessa aparente simplicidade, é preciso ter uma infraestrutura tecnológica sofisticada e eficaz, respaldada sempre pelas pessoas. Por isso, mantemos um processo de escuta ativa junto a nossos parceiros, para compreender e aprimorar nossas jornadas digitais de forma colaborativa, e com o uso de IA não é diferente”.

Especificamente para os corretores, a Allianz desenvolveu plataformas que facilitam o seu trabalho, como portais para gestão de apólices, sistemas simplificados de cotação e emissão, além de relatórios analíticos que ajudam a compreender o perfil dos clientes e, assim, identificar novas oportunidades de negócios.

Um exemplo citado por ela são os sistemas de recomendação que utilizam IA para sugerir ao corretor possíveis ofertas de produtos relevantes com base no histórico do cliente. “A Allianz também oferece programas de treinamento como o +CAPAZ, para capacitar os corretores no uso de tecnologias avançadas, incluindo inteligência artificial, além de promover workshops e disponibilizar suporte técnico e consultivo. Nosso objetivo é incentivar os corretores a modernizarem seus negócios e alavancar resultados”.

Rosely ainda destaca que a inteligência artificial é uma aliada, que tem muito a agregar e potencializar o trabalho dos corretores. “A capacitação é uma importante ferramenta nesse sentido. Através dela, o corretor pode entender como fazer o melhor uso da inteligência artificial, economizando tempo com burocracia, atividades de baixo valor agregado e assumindo um papel mais consultivo perante seu cliente, estreitando

laços e se tornando cada vez mais relevante na escolha de produtos e formação de opinião do consumidor”.

### ALIADA DO CORRETOR

Segundo Hugo Assis, diretor-geral de Inovação e Transformação da MAPFRE, a companhia tem investido fortemente em IA para melhorar a agilidade na distribuição dos seus produtos. “Um bom exemplo disso é o uso de inteligência artificial na nossa plataforma para corretores parceiros, em que analisamos dados comportamentais e históricos de apólices para recomendar os produtos mais adequados para cada cliente. Isso torna o processo mais rápido e aumenta as chances de conversão”, explica.

Para Assis, a IA é, atualmente, uma grande aliada dos corretores, ajudando a otimizar tarefas operacionais para que eles possam focar no relacionamento e na recomendação de produtos aos clientes. Além disso, ferramentas de análise de sentimentos ajudam a identificar a satisfação do cliente, permitindo ajustes estratégicos que tornam as abordagens comerciais muito mais efetivas.

“A IA tem sido aplicada em diversas frentes da MAPFRE para facilitar o dia a dia dos corretores. Por exemplo, na vistoria de novas apólices e na análise de sinistros, em que conseguimos acelerar processos e aumentar a precisão sem necessidade de intervenção humana. Isso significa menos burocracia e mais agilidade no atendimento ao cliente. Além disso, contamos com assistentes virtuais inteligentes que oferecem suporte rápido, aumentando a produtividade dos corretores. Outro ponto importante é o uso da IA para criar campanhas de marketing personalizadas, o que ajuda a atrair e engajar clientes de forma mais estratégica”.

Segundo ele, a seguradora tem uma aposta firme na qualidade de dados, que é a base para criação de soluções com uso de IA que irá melhorar a produtividade do corretor, reduzir processos, acelerar a jornada junto a seguradora e aumentará a satisfação dos clientes. “A MAPFRE também está explorando o uso de IA para prever tendências, melhorar seus modelos de subscrição e precificação, o que vai nos ajudar a termos ofertas mais adequadas e precisas para os clientes e corretores”, conclui.



**A Inteligência Artificial pode ajudar o corretor de seguros a otimizar tarefas, possibilitando mais rapidez e menos burocracia, precificações mais precisas, realizadas por meio da análise de dados, aceitação e prevenção a fraudes em tempo real, além de um processo de regulação de sinistro mais automatizado e inteligente”**

*Dennis Milan, diretor de Tecnologia, Inovação e Digital da Tokio Marine*



#### SOLUÇÕES PARA AS JORNADAS

De maneira geral, todo o investimento da Diretoria de Inovação, Tecnologia e Digital da Tokio Marine tem como objetivo tornar a operação ainda mais eficiente e manter as aplicações e infraestruturas sempre atualizadas. “Por isso, anualmente, investimos cerca de R\$ 140 milhões no desenvolvimento de novas tecnologias e infraestrutura no Brasil, a serviço da transformação digital e da automação de processos e, em 2021, foi inaugurada no País a sétima unidade do Tokio Marine Innovation LAB no mundo, o que evidencia nosso empenho em nos mantermos sempre competitivos neste segmento”, expõe Dennis Milan, diretor de Tecnologia, Inovação e Digital da Tokio Marine.

Segundo ele, a Inteligência Artificial no mercado segurador vem para auxiliar a todos na otimização de processos e no ganho de eficiência produtiva no dia a dia. “Tanto quando falamos de seguradoras, como é o nosso caso na Tokio Marine, quanto no que diz respeito a assessorias e corretores. É importante frisar, inclusive, que o uso da IA precisa vir sempre acompanhado de diretrizes consistentes de governança, uma vez que precisa envolver diversas áreas de uma companhia, com pilares ancorados sempre na LGPD”.

Para Milan, o uso de tecnologias como

Análise de Dados, IA, Interações Digitais e Internet das Coisas (IoT) servem para apoiar os corretores em suas vendas e processos operacionais. “A Inteligência Artificial pode ajudar o corretor de seguros a otimizar tarefas, possibilitando mais rapidez e menos burocracia, precificações mais precisas, realizadas por meio da análise de dados, aceitação e prevenção a fraudes em tempo real, além de um processo de regulação de sinistro mais automatizado e inteligente”.

“Com isso em mente, na Tokio Marine nós investimos constantemente na capacitação de nossos parceiros, com treinamentos e workshops, além da disponibilização de diversas ferramentas para auxiliá-los no melhor aproveitamento de oportunidades”, completa Milan.

O diretor da Tokio Marine frisa que os corretores são e seguirão sendo o principal elo entre as seguradoras e os clientes. “Assim, o uso da Inteligência Artificial vem para complementar e facilitar o seu dia a dia, sem interferir no core da sua atuação, que é o relacionamento com pessoas”, reitera Milan, ao lembrar que os corretores precisam se manter atualizados para lidar com as inovações digitais e os novos anseios de seus clientes, entendendo a tecnologia como uma aliada e não uma ameaça.

# CASO REAL MOSTRA QUE SEGURO DE AUTOMÓVEL VAI ALÉM DA PERDA PARCIAL E PERDA TOTAL

A assistência de Lataria e Pintura da Maxpar gera valor para o segurado, que pode contar com uma solução completa para danos que acontecem no dia a dia

O carro é muito mais do que um meio de transporte: é um símbolo de liberdade, independência e conquistas. Para inúmeros brasileiros, representa a realização de um sonho construído com esforço, dedicação e anos de planejamento, e é por isso que a ligação emotiva com os veículos é tão característica do consumidor no Brasil, como aponta um estudo da Brain & Company.

O Roberto Bernabé é um exemplo disso: conquistou o tão sonhado carro novo e faz questão de cuidar dele com todo o zelo, a fim de garantir que esteja sempre em perfeito estado para aproveitar cada momento ao volante. Com a intenção de testar todas as funcionalidades do carro novo e comemorar a lua de mel com a esposa, fez uma viagem de Vitória (ES) até Foz do Iguaçu (PR), que tinha de tudo para ser mais um momento memorável, mas não foi o que aconteceu.

Um dia antes de chegar ao destino final da viagem, Roberto e a esposa sofreram uma colisão acidental em uma rotatória, o que gerou danos no para-choque do carro novo, com somente dois meses de uso. “Sempre paguei seguro para rodar protegido e mais tranquilo, mas na ocasião dessa batida, o dano na lataria não atingiria a franquia de casco e, se eu fosse reparar de forma particular pagaria, pelo menos, R\$ 1 mil. Resolvi, então, ligar para o meu corretor e ele me tranquilizou ao informar que eu tinha na apólice a assistência de Lataria e Pintura. Esse produto trouxe a solução para o meu problema, deixando o meu carro novinho em folha por uma pequena taxa de R\$150,00”, conta.

A assistência de Lataria e Pintura é um produto da Maxpar, a empresa de assistências mais completa do Brasil. A solução, que está disponível no portfólio das principais seguradoras do País, repara desde danos mais leves até os mais profundos que atingem a lataria do veículo, com aplicação das técnicas de funilaria,



pintura, martelinho e serviço de reparo de arranhões (SRA). A solução cobre até R\$1 mil de mão de obra de reparação de arranhados, amassados, deformações e perfurações. Vale destacar que a cobertura contempla as seguintes peças: teto, capô, portas, para-lamas e para-choque.

Eduardo Noronha, supervisor Comercial da Maxpar, destaca os benefícios que a solução oferece aos segurados. “A assistência de Lataria e Pintura na apólice permite ao cliente usufruir do seguro para reparar danos comuns do dia a dia, que geralmente ficam abaixo da franquia de casco. Além disso, o custo-benefício é evidente, já que o segurado paga apenas a taxa de utilização, garantindo mais economia. E essa é uma solução acessível em todo o Brasil. Por fazermos parte do Grupo Autoglass, os nossos clientes têm à disposição uma ampla rede de atendimento, com mais de 80 lojas próprias e 4 mil credenciadas para realizar reparos em qualquer região do País”, ressalta.

## LATARIA E PINTURA PREMIUM: UMA NOVIDADE NO MERCADO

Sempre atenta às necessidades dos clientes e às tendências do mercado segurador, a Maxpar lançou, por meio de uma parceria exclusiva com a Zurich Seguros, a assistência de Lataria e Pintura Premium, que amplia o valor de mão de obra coberto de R\$1 mil para R\$1,5 mil. Além disso, como a maioria das colisões acontece na parte frontal ou traseira do veículo, sendo que cerca de 1/3 dos danos ao para-choque acarretam a necessidade da troca da peça, a assistência agora garante a substituição do para-choque e seus itens complementares com um limite de até R\$15 mil.

	LATARIA E PINTURA	LATARIA E PINTURA PREMIUM
MÃO DE OBRA DE REPARAÇÃO	R\$1.000,00	R\$1.500,00
TROCA DO PARA-CHOQUE E PEÇAS COMPLEMENTARES	✗	✓ LIMITE DE R\$15.000,00 REAIS



# OFEREÇA A MAIOR SEGURADORA DE MOTOS DO BRASIL.

## Cadastre-se na SUHAI!

Corretor(a), agora você tem uma **grande aliada para aumentar seu potencial de negócios**. Ter a **Suhai**, no seu portfólio, é sinônimo de aceitação.

A **Suhai** aceita carros, motos e caminhões, sejam eles clássicos, tunados, motos de baixa, média ou alta cilindradas e muito mais.

**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.



## CORRETORES EM AÇÃO COM ASSESSORIAS EM SEGUROS

Assessorias agregam valor para o corretor oferecer um atendimento diferenciado para o segurado e, inclusive, fideliza-lo

Um volume maior de seguradoras passou a procurar o trabalho das assessorias em seguros, principalmente as afiliadas a uma das seis Aconsegs espalhadas em todo o Brasil.

Para Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, as companhias que ingressam no mercado procuram uma Aconseg por entenderem que as assessorias filiadas têm uma preocupação genuína com o corretor de seguros. “As assessorias, filiadas às Aconsegs de todo o Brasil, performam, entregam e preparam melhor o corretor de seguros para que eles possam fazer um trabalho fidelizado e refinado para o segurado e o nosso parceiro segurador”.

Reinaldo Andrade, da R. Andrade Seguros, é corretor de seguros desde 2006. Em 2015, três anos depois de inaugurar a corretora, quando conheceu melhor o processo de atendimento comercial e os benefícios, ele iniciou o trabalho com uma assessoria em seguros.

“Foi um caminho facilitado para obter cadastro com algumas seguradoras que não possuíamos em nossa grade, porém já iniciamos com um suporte e um apoio comercial de grande importância para nosso crescimento e desenvolvimento, mesmo quando iniciamos com uma pequena produção, possibilitando um caminho pra resolução de problemas e sanar dúvidas eventuais do dia a dia”, diz Andrade.

O corretor compartilha que tem recebido o apoio dos profissionais da assessoria com a qual trabalha em diversos momentos. Desde dúvidas em relação à aceitação ou comercialização de algum produto específico, problemas sistêmicos e também relacionados à cobrança.

“Um episódio em que tivemos muita dificuldade em indenizar um sinistro em determinada seguradora, que na época passava por problemas internos nessa área, reforçou muito a relevância do apoio oferecido pela assessoria, pois eles agendaram um horário com o diretor comercial da seguradora e fomos pessoalmente, juntos, para tratar e finalizar o processo, concluindo com a indenização e o problema resolvido. Certamente, são situações assim que demonstram quando, de fato, podemos contar com o apoio e o diferencial da

“  
Um episódio em que tivemos muita dificuldade em indenizar um sinistro em determinada seguradora, que na época passava por problemas internos nessa área, reforçou muito a relevância do apoio oferecido pela assessoria, pois eles agendaram um horário com o diretor comercial da seguradora e fomos pessoalmente, juntos, para tratar e finalizar o processo, concluindo com a indenização e o problema resolvido”

assessoria”, assinala Andrade.

Marcos Antônio Durand Sola é corretor desde a fundação da Vila Nova Corretora de Seguros, em 1982.

A sua primeira parceria com uma assessoria data do ano 2000, inclusive, desde então, ele também atua com outras assessorias.

“Trabalhamos com assessorias, pois hoje a corretora é obrigada a trabalhar com muitas seguradoras para atender a demanda dos clientes. Sendo assim, é difícil conseguir os canais diretos em todas as seguradoras e as assessorias têm a função de abrir os caminhos para nós nas seguradoras e operadoras de saúde em que o nosso contato direto não é o ideal”, diz Sola.

Luis Alberto d’Almenery, da LAD Corretora de Seguros, atua como corretor desde 1996 e



Luis Alberto d’Almenery, da LAD Corretora de Seguros



**A seguradora chegou a querer aplicar cláusula de rateio quando vendaval é a primeiro risco absoluto. Mesmo não sendo via assessoria, ela deu total suporte e conseguimos uma liquidação justa de sinistro com o segurado ficando satisfeito e fidelizado a nossa corretora”**

Marcos Antônio Durand Sola, da Vila Nova Corretora de Seguros

desde então tem uma assessoria como parceira. “Trabalho com assessoria devido ao volume pequeno em algumas companhias, O diferencial do meu atendimento é em relação ao atendimento próximo, pessoal, devido ao meu volume pequeno de produção”, descreve o corretor, que conta com o apoio comercial da assessoria.

Rogério Polonio integra o time da Lopes & Filho Corretora de Seguros e trabalha como corretor de seguros há 15 anos e, desde então, atua em parceria com uma assessoria. “Trabalhar em parceria com a assessoria é contar com uma consultoria de planos de saúde confiável e experiente, e pode fazer toda a diferença na qualidade de vida e na saúde financeira dos clientes, além de também termos a tranquilidade de realizarmos as consultorias e as vendas de maneira fácil e descomplicada”, descreve.

Em sua visão, a estrutura e o profissionalismo de todos os funcionários da assessoria com a qual trabalha fazem toda a



Reinaldo Andrade, da R. Andrade Seguros



## ATENDIMENTO SÁBADO E DOMINGO

Em sua corretora, Reinaldo Andrade costuma fazer plantões de atendimento aos sábados, pois muitos clientes possuem um pouco mais de dificuldade durante a semana, por conta de trabalho e outros compromissos. “Não que seja nossa expectativa que tenhamos os comerciais das seguradoras para nos dar suporte também aos sábados, porém imprevistos acontecem. Já tivemos o apoio da nossa gerente comercial da assessoria no fim de semana, nos auxiliando e fortalecendo assim nossa parceria e amizade construída ao longo dos anos”.

Segundo Mareos Sola, todos os profissionais das assessorias com as quais trabalha tornaram-se amigos. “Então, posso considerar um atendimento muito diferenciado. Se for necessário, eles vão atender no sábado e domingo, o que é muito importante para nós”.

Em sua trajetória, Sola diz que em diversas situações foi muito importante o apoio da assessoria. “Porém, posso relatar um dos últimos fatos ocorridos, pois tivemos um sinistro de vendaval em uma indústria na Grande São Paulo, a seguradora não era

atendimento via assessoria, éramos direto nesta empresa. A seguradora chegou a querer aplicar cláusula de rateio quando vendaval é a primeiro risco absoluto. Mesmo não sendo via assessoria, esta deu total suporte e conseguimos uma liquidação justa de sinistro com o segurado ficando satisfeito e fidelizado à nossa corretora”, relata.

diferença. “O diferencial de atendimento de uma assessoria é o conhecimento e análise personalizados e suporte contínuo, para que os clientes façam escolhas informadas e seguras, economizando tempo e dinheiro”, diz Polonio.

Segundo ele, uma assessoria de planos de saúde pode apoiar em situações delicadas relacionadas a problemas como: reajustes abusivos de valores, recusas de cobertura de tratamentos, cobranças diferenciadas e rescisões de contratos sem justificativa.



Rogério Polonio, da Lopes & Filho Corretora de Seguros

## PARCEIRA

### Alba estreia na Aconseg-SP



Carlos Alberto Trindade e Solon Barreto, respectivamente CEO e VP Comercial e UX da Alba Seguradora, foram recebidos pelos associados das Aconseg-SP em março. Durante o encontro no Terraço Itália, os executivos apresentaram as linhas de negócios da companhia.

FIQUE DE OLHO!

## UMA PROTEÇÃO FEITA PARA MULHERES



“O Vida Top Mulher é um produto pensado para atender aos diferentes perfis do público feminino, respeitando a individualidade e o momento de vida de cada mulher”, descreve Alexandre Vicente, diretor de Produto Vida do Grupo HDI, sobre a proteção alinhada às necessidades do público feminino.

O maior diferencial do produto é a facilidade de contratação, aliada às coberturas e assistências exclusivas para o público feminino. Além disso, oferece subscrição 100% online com assinatura eletrônica, tornando o processo rápido, seguro e acessível para corretoras e clientes. “É um seguro com contratação simplificada, oferecendo um plano pré-definido que inclui cobertura para Doenças Graves, além de assistências exclusivas que atendem as necessidades de cada cliente”, acrescenta Vicente.

A apólice também contempla Assistência Filhos, Motorista Substituto, acesso à Telemedicina Fleury, além de coberturas essenciais, como morte; invalidez funcional permanente por doença com possibilidade de antecipação; indenização especial por acidente; indenização permanente por acidente e assistência funeral, que pode ser contratada para o titular ou para a família.



# SOLIDEZ, INOVAÇÃO E PROXIMIDADE

Na Excelsior Seguros, acreditamos que inovar é simplificar. Com mais de 80 anos de experiência no mercado, seguimos evoluindo para oferecer soluções cada vez mais acessíveis e eficientes, sempre ao lado dos nossos parceiros.

Explore nosso portfólio de produtos e descubra como podemos impulsionar seus negócios.

Aeronáutico

Empresarial

Máquinas e  
Equipamentos

E muito  
mais

 [www.excelsiorseguros.com.br](http://www.excelsiorseguros.com.br)

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

**excelsior**  
seguros

# A IMPORTANTE PARTICIPAÇÃO FEMININA NO MERCADO DE SEGUROS

De forma geral, setor reconhece o importante papel da mulher, inclusive como sinônimo de proteção e fundamental para a criação de produtos que respeitem a adversidade

**M**arcia Silva, diretora de Canais Especiais da Tokio Marine, vem de uma linhagem de mulheres fortes, bisavós, avós, mãe e irmãs. São mulheres que vão à luta e fazem acontecer, como ela mesma define.

"Sou alimentada dessa ancestralidade, dessa inquietude da mulher. Acho muito bacana trazer a força de quem veio antes de nós, quem nos colocou aqui com essa consciência também de continuar trilhando, abrindo frentes e melhorando a qualidade de vida da mulher. Quando comparo as histórias que a minha avó contava para o que vivenciamos hoje, percebo uma mudança muito forte. Quando olhamos para a nossa indústria securitária, por exemplo, a mulher já é 54% de participação. A nossa indústria é muito acolhedora com as mulheres, quando comparada a outras indústrias que temos contato", descreve.

Segundo Marcia, na Tokio Marine, 55,9% dos colaboradores são mulheres, sendo 44,5% delas em áreas de gestão e liderança.

"Nós nos complementamos e o ambiente onde tem a equiparação de gêneros e salários, naturalmente, faz com que criemos produtos que respeitem a diversidade de etnias e gêneros. Nossos clientes do mercado securitário são diversos. Empresas como a Tokio, que têm fóruns específicos para debater a diversidade, são muito importantes".

Na visão da diretora da Tokio, se temos igualdade de oportunidades, consequentemente temos

uma sociedade mais justa. "É um trabalho conjunto dos veículos de comunicação, das seguradoras, do board e dos RHs das empresas e, de nós, enquanto mulheres, conversando com os nossos parceiros, filhos, líderes e times que lideramos", diz.

"O mais recente Estudo Mulheres no Mercado de Seguros, da ENS (Escola de Negócios e Seguros), por exemplo, mostra que 47% das executivas entrevistadas ocupam cargos gerenciais. Já a Confederação Nacional da Indústria (CNI) indica que as mulheres ocupam 39% dos cargos de liderança", acrescenta Raquel Cerqueira, superintendente Sênior de Produto Auto da Bradesco Seguros.

Ela observa o avanço da mulheres no mercado como um progresso gradual. "Ainda buscamos uma representatividade ideal e políticas de equidade de gênero são sempre bem-vindas. Na Bradesco Seguros, por exemplo, lidero um coletivo voltado justamente para práticas de inclusão de gênero e representatividade feminina".

Há 27 anos no mercado de seguros, Raquel começou a trajetória em 1998, como estagiária na Bradesco. "Desde então, minha formação em Estatística permitiu que eu transitasse por diferentes áreas e companhias, o que contribuiu imensamente para meu constante desenvolvimento profissional. Há dez anos, retornei à Bradesco Seguros, onde atu-

almente estou no segmento de Automóvel. No entanto, aqui também tive a oportunidade de trabalhar com Ramos Elementares, o que ampliou significativamente meu conhecimento e experiência no setor”, conta.

Carolina de Molla Lorenzatto, diretora comercial de Vida da MAPFRE, diz que uma pergunta muito frequente que recebe de mulheres, especialmente das mais jovens, é sobre o desafio de conciliar a maternidade com a vida profissional. “E minha resposta é sempre a mesma: o segredo está no equilíbrio. É possível ser mãe, mulher, executiva, mentora, inspirar pessoas e, ao mesmo tempo, buscar o próprio desenvolvimento. Não precisamos escolher apenas um caminho, podemos trilhar vários ao mesmo tempo. Aos quase 50 anos, sigo me desafiando constantemente. Há pou-

co mais de dois anos, por exemplo, decidi me preparar para uma maratona, algo que exigiu disciplina, foco e resiliência, características que também fazem toda a diferença no ambiente corporativo”.

Ela ressalta uma grande evolução na presença feminina no setor de seguros, especialmente na MAPFRE. “Ao longo dos anos, as mulheres conquistaram cada vez mais espaço, passando de posições operacionais para cargos estratégicos e de liderança. Hoje, vemos mulheres ocupando posições de diretoria, vice-presidência e até mesmo como CEOs de grandes companhias. Isso mostra que a mudança está acontecendo e que o talento feminino vem sendo reconhecido e valorizado. Ainda há desafios? Claro. Mas o avanço é inegável e muito positivo para o mercado como um todo”, observa Carolina que trabalha no mercado de seguros há mais de 30 anos.

“Atualmente, somos maioria em um setor que foi, durante muito tempo, predominantemente masculino”, comemora Marusia Gomez (Maru), diretora Geral da Resolve Assist, empresa do grupo de investidores da EZZE, que possui mais de 25 anos de atuação no mercado de seguros.

Ela lembra que embora o percentual de mulheres no mercado tenha crescido, nota-se menos espaço nos cargos executivos e de liderança. “Estima-se que temos apenas 30%, revelando uma disparidade que não pode ser ignorada”, completa.

De acordo com Marusia, programas de inclusão de gênero têm contribuído para aumentar essa proporção, com políticas que incentivam a contratação e a promoção de mulheres em funções estratégicas. “Além de oferecerem iniciativas para balancear a participação feminina em conselhos de administração e alta gestão, precisamos ter mais equilíbrio e participação e essas políticas podem ser saudáveis nas organizações”.

“O mercado tem crescido como um todo e, para as mulheres, não é diferente. Neste sentido, a SulAmérica é um ótimo exemplo: 53,5% das posições de média liderança são ocupadas por mu-



**Mantenha a atitude positiva. Reconheça o seu valor e procure lugares que a valorizem. A construção de rede de apoio é super importante, seja no trabalho ou em casa. Continue investindo em si mesma e apoiando outras mulheres. Aprenda a delegar e a pedir ajuda. Isso ajuda a manter o foco em tudo o que precisa fazer. De tempos em tempos revise as suas metas para ver se estão alinhadas com o momento de vida”**

*Marcia Silva, diretora de Canais Especiais da Tokio Marine*



*Maria Guadalupe, diretora para o interior de São Paulo da Aconseg-SP*



*Monica Dargevitch, diretora Administrativa da Aconseg-SP*



**Gosto sempre de falar que pedir ajuda não é um problema. Nós não precisamos ser supermulheres, pelo menos não o tempo todo. Não precisamos ser super no trabalho, em casa, cuidando de filhos e no relacionamento com a família. Podemos pedir ajuda para quem está ao nosso redor e isso é fundamental para o crescimento”**



Raquel Cerqueira, superintendente Sênior de Produto Auto da Bradesco Seguros

heres na empresa e, na alta liderança, esse percentual chega a 39%”, diz Denise Carvalho, diretora comercial de Saúde & Odonto da SulAmérica nas regiões Centro-Oeste, Norte, Nordeste e dos estados Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Centro-Oeste, Norte e Nordeste, com 29 anos de experiência no mercado de seguros.

“Na SulAmérica, vejo mulheres assumindo papéis estratégicos e sendo reconhecidas por seu talento, o que reforça que estamos no caminho certo”.

A diretora Geral da Resolve Assist destaca que alguns estudos comprovam que os estilos de liderança femininos costumam diferir de seus pares masculinos, apresentando características como empatia, escuta ativa e uma abordagem orientada para o bem-estar da equipe.

“A presença feminina nos cargos mais altos de liderança, por exemplo, precisa continuar crescendo, e isso exige não apenas oportunidades, mas também uma cultura organizacional que apoie e incentive o desenvolvimento das mulheres. O mercado segurador pode avançar ainda mais se cada empresa olhar para a geração de mais oportunidades, como um todo”, acrescenta Denise.

“Acredito que a busca por um ambiente corporativo mais equilibrado deve ir além da questão de gênero. A diversidade, no sentido mais amplo da palavra, traz novas perspectivas e contribui para decisões mais estratégicas e inovadoras. Precisamos



Carolina de Molla Lorenzatto, diretora comercial de Vida da MAPFRE



**Sempre provooco as pessoas a não se limitarem pelo medo. Como sou uma apaixonada por frases inspiradoras, uma das minhas favoritas é de Franklin Roosevelt: ‘The only thing we have to fear is fear itself’, ou seja, a única coisa que devemos temer é o próprio medo. A vida profissional é assim: seguir em frente, testar, errar, ajustar o percurso e continuar. Esse é o caminho para o crescimento, tanto pessoal quanto profissional”**

# BRADESCO SEGURO MOTO



Tranquilidade  
e proteção  
para moto.

Ofereça o Bradesco Seguro Moto  
para seus Clientes e faça  
bons negócios.



Saiba Mais



**bradesco**  
seguros

Com Você. Sempre.



**A diversidade no mercado de seguros deve impactar positivamente a inovação e a competitividade. Ambientes diversos são mais propensos a gerar ideias criativas e soluções inovadoras, adaptando-se, rapidamente, às demandas dos consumidores. Sejam agentes de mudança e inspiração. Pense que você pode fazer a diferença e comece assim!”**



Marusia Gomez, diretora Geral da Resolve Assist, empresa do grupo de investidores da EZZE



Denise Carvalho, diretora comercial de Saúde & Odonto da SulAmérica

avançar para garantir um mercado que valorize diferentes experiências, visões de mundo e trajetórias. Esse equilíbrio além de fortalecer as empresas, também torna o setor mais dinâmico e preparado para enfrentar os desafios do futuro”, diz Carolina.

#### ELAS NA ACONSEG-SP

Em gestões anteriores, a Aconseg-SP já contou com mulheres como Membros do Conselho Fiscal. Foram elas Margaret Tymus e Aparecida G.G. Cadima.

Pela primeira vez, a Associação tem duas mulheres na diretoria-executiva: Maria Guadalupe, diretora para o interior de São Paulo, e Monica Dargevitch, diretora Administrativa.

“Ter duas diretoras foi um passo importante da Aconseg-SP. Aliás, é o primeiro passo de um caminho a ser percorrido. Observamos o aumento da participação feminina em um ambiente predominantemente masculino. Inclusive, hoje, temos mais mulheres à frente das assessorias”, observa Monica.

Para ela, o fato de a Aconseg-SP ter mulheres na sua diretoria torna a presença feminina mais democrática. “Temos o aprendizado de que não é só estar presente nas reuniões, nos almoços e na diretoria, mas também desempenhar um papel de

peso nas decisões do universo que envolve as assessorias”.

Com 30 anos de atuação no mercado, Monica lembra que, antes, em muitas corretoras de seguros, via-se a esposa ajudando o marido e, hoje, já é observado que as mulheres empreendem. “Nas seguradoras, cada vez mais, temos gerentes, diretoras e presidentes. Esse é um caminho sem volta e um equilíbrio necessário e especial para o nosso mercado. Todos só têm a ganhar com a presença e a competência feminina”.

“Nós, mulheres, temos uma sensibilidade natural que nos permite equilibrar razão e emoção, o que frequentemente resulta em decisões mais assertivas e benéficas”, ressalta Maria Guadalupe.

Ela, que atua no mercado de seguros desde 1978, observa que o mercado tem valorizado cada vez mais a presença feminina. “Esse reconhecimento vem da competência e da capacidade de gestão que demonstramos, alcançando um nível de igualdade com os homens. Eu iria além: se o mundo fosse liderado por mulheres, talvez tivéssemos menos guerras... Quem sabe um dia essa visão se torne realidade?”, reflete Guadalupe.



**Invistam nos estudos, busquem conhecer profundamente o setor que queiram trabalhar, se aprimorem e acreditem no seu valor e potencial. Nós, mulheres, ainda temos muito espaço para ocupar dentro das grandes empresas”**

CONHEÇA

# EV-PLAN ITURAN

Conecte as rotas  
dos seus clientes.  
Recarregue seu dia.

Seu segurado não vai mais se preocupar se a bateria do carro elétrico será suficiente para cumprir todos os seus compromissos diários ou aquela viagem longa.



GERENCIE A ROTA  
DO CARRO  
ELÉTRICO COM  
FACILIDADE



AVISOS AUTOMÁTICOS  
DE NÍVEL DE BATERIA  
E STATUS DE  
CARREGAMENTO



DEFINA QUANTO  
DE BATERIA  
QUER TERMINAR  
O SEU DIA

EV-PLAN ITURAN ESTÁ INCLUSO EM TODOS  
OS PRODUTOS ITURAN PARA CARROS ELÉTRICOS



ituran.com.br



Leia o  
QR Code e  
saiba mais!

# RELATÓRIO DA ACONSEG-SP CHEGA AO 9º ANO E REGISTRA R\$ 3,8 BI DE PRODUÇÃO

Automóvel e Saúde seguem como os principais ramos trabalhados pelas assessorias, que veem na diversificação de produtos e no cross-selling temas importantes em suas estratégias de negócios



Da esq. p/ dir.: Carol Rodrigues (Revista Cobertura e Revista da Aconseg-SP), Ricardo Montenegro (Aconseg-SP) e Francisco Galiza

A produção das assessorias sob o guarda-chuva da Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Estado de São Paulo (Aconseg-SP) superou a expectativa em 2024. As 40 assessorias associadas produziram o volume de R\$ 3,8 bilhões em prêmios em 2024, um crescimento de 14% quando comparado ao ano de 2023, segundo o 9º Relatório Aconseg-SP – O mercado de assessorias e consultorias no Estado de São Paulo realizado pelo economista Francisco Galiza.

A distribuição dos prêmios está dividida entre 52% Automóvel, 36% Saúde, 8% Ramos Elementares, 2% Seguros de Pessoas e 2% a outros ramos.

De forma geral, o Automóvel é o carro-chefe das assessorias. Ao avaliar a participação da Aconseg-SP nos prêmios de seguro Auto do Estado de São Paulo, o montante correspondeu a 8,3% do valor de todo o Estado de São Paulo, contra 5,8% em 2019. “Um ganho expressivo de aumento de participação. Isso mostra que a queda relativa da carteira de Auto nas filiadas da Aconseg-SP nos últimos anos foi menor do que o valor registrado no mercado total do Estado de São Paulo”, pontua Galiza.

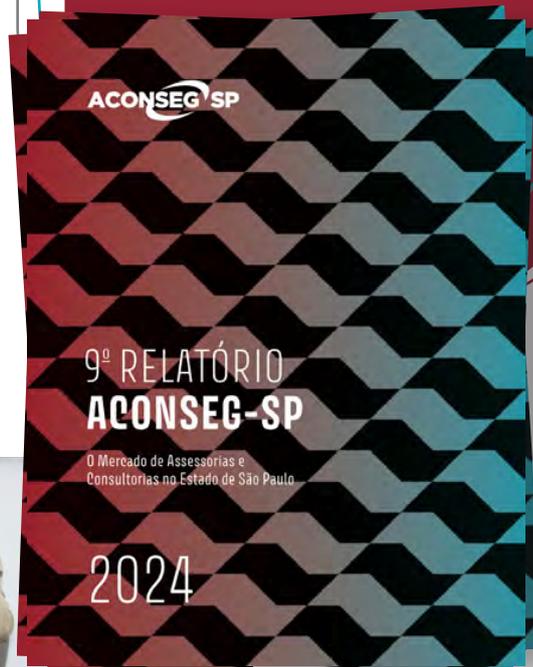
O ano de 2024 foi o primeiro da gestão li-

derada por Ricardo Montenegro à frente da Aconseg-SP. Na visão do presidente, o ano foi repleto de desafios e conquistas. “Foi o ano em que fizemos o primeiro de uma série de eventos que desejamos promover para apoiar o corretor a atuar em outros ramos”, diz, ao referir-se ao Aconseg-SP convida: “O corretor no seguro de vida”.

Com o resultado obtido em 2024, a expectativa das assessorias para 2025 é chegar aos R\$ 4,3 bilhões de receita de prêmios em 2025.

O estudo contabiliza que, atualmente, as companhias trabalham com um exército de 22 mil corretores de seguros em todo o Estado de São Paulo. Desde 2016, o relatório registra o aumento no número de corretores cadastrados e atendidos pelas assessorias.

Em 2024, as assessorias contabilizaram mais de 700 colaboradores. Para se ter uma ideia, em 2016, esse número era de 384. “É uma variação de mais de 80% no período, o que sinaliza o investimento das assessorias em um serviço de qualidade junto aos seus parceiros. Em média, hoje, podemos dizer, em números redondos, que cada assessoria padrão tem de 10 a 15 colaboradores”, descreve Galiza.



## OUTRO TEMAS IMPORTANTES

O estudo ainda analisou o envolvimento das assessorias com assuntos em voga como Inteligência Artificial e Open Insurance. “Em termos de importância no futuro, ambos os assuntos são considerados relevantes pelas assessorias, mas a inteligência artificial ganha um destaque maior”, sinaliza o economista.

Diversificação de produtos e cross-selling também foram abordados. 98% das assessorias consideram a diversificação de produtos e o cross-selling assuntos importantes em suas estratégias de negócios.

Outro tema relevante foi a sucessão empresarial. Para 43% das assessorias o assunto já está em andamento; 38% ainda não pensou em sucesso, mas tem interesse; 11% iniciou o processo, mas não concluiu, 5% nunca pensou no tema e 3% não demonstrou interesse.

Sobre a realização de eventos da Aconseg-SP, como a imersão sobre seguro de vida realizada em 2024, 92% consideram relevante.

Acesse o  
9º Relatório  
Aconseg-SP  
na íntegra:



# ACONSEG-SP REÚNE PARCEIROS E ASSOCIADAS PARA FALAR DO MERCADO EM 2024

Associação recebeu representantes de 25 seguradoras em evento de divulgação do 9º Relatório, que apresentou a performance de 2024 e os desafios para 2025

A Aconseg-SP realizou, no início de abril, um café da manhã no Hotel Slaviero Downtown (SP) para a apresentação dos resultados do 9º Relatório Aconseg-SP. Além de networking, os representantes de 25 companhias e executivos das assessorias associadas, acompanharam a apresentação de Francisco Galiza, economista e autor do estudo, e o presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, mediado pela jornalista Carol Rodrigues, uma das responsáveis pela Revista da Aconseg-SP.

Durante a apresentação do 9º Relatório Aconseg-SP, Montenegro destacou o crescimento da produção das assessorias sob o guarda-chuva da Associação, inclusive bem acima da inflação e do desempenho do mercado no Estado de São Paulo.

De 2016 a 2024, a Aconseg-SP cresceu mais de 257% em receita de prêmios, segundo o Relatório. No mesmo período, o mercado de seguros de São Paulo cresceu 106% e a inflação 58%. "É um número maravilhoso, uma evolução muito grande da nossa associação. Em nove anos, agregamos novas assessorias e novos corretores", ressaltou Montenegro.

Galiza lembrou que, em 2016, as assessorias somavam 386 colaboradores e, em 2024, o número está acima de 700. "Embora seja um relatório de caráter econômico, é sempre importante destacar o aspecto social", apontou o economista.

O mercado de seguros no interior de São Paulo segue promissor. O Relatório 2024 manteve a distribuição de prêmios em 64% na capital e 36% no interior e fora de São Paulo.

"Em 2025, teremos uma evolução maior da região, pois nossa diretoria trabalha para poder trazer novos parceiros para o interior de SP, que só operavam na capital", comentou Montenegro.





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

## UM NOVO OLHAR SOBRE O SEGURO

Justos quer ser a melhor seguradora de auto. Para tanto, conta com a capilaridade das assessorias

Aposta no atendimento e no melhor serviço, utilizando a tecnologia a serviço do início ao fim é a proposta da Justos Seguros, conforme apresentação do CEO Dhaval Chadha, durante tradicional almoço da Aconseg-SP realizado em fevereiro, no Terraço Itália (SP).

“Como Aconseg-SP estamos cumprindo o nosso papel, pois temos trazido as inovações do mercado para as nossas mesas de discussões”, destacou Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP.

A Justos vive um momento importante, pois recebeu no início de fevereiro deste ano a licença definitiva para operar seguros de danos e pessoas, no segmento S3, em todo o território nacional, sem as restrições do ambiente experimental pela Susep.

“Estamos aqui para ser a número 1 de automóvel nos próximos dez anos. A Justos não nasceu para ser uma seguradora low cost (baixo custo). Nascemos para ser a melhor”, destacou Dhaval.

Durante o almoço, o CEO apresentou quem são os acionistas da seguradora, que nasceu muito alicerçada pela tecnologia, inclusive inspirada no Nubank, banco digital criado em 2013.

“O Nubank já ultrapassou o Itaú em número de clientes e valor de mercado. Por que isso não pode ocorrer em seguros?”, comentou o CEO, para quem com tecnologia, dados e foco no usuário final e nos parceiros é possível criar, de fato, uma experiência melhor.

A Justos lançou em 2024 a sua plataforma de conteúdo para corretores e assessorias.

O CEO tem consciência de que a concorrência no automóvel é acirrada e que a atuação no ramo depende muito do encantamento dos corretores.

“Segurado satisfeito é menos propenso a mudar de seguradora e corretor”, ressaltou Luciano Lima, diretor comercial da Justos.

Para Lima, a Justos chegou ao mercado para mudar a cultura do seguro e conta com o corretor para levar a opção da seguradora ao



Diretorias da Aconseg-SP e da Justos

**Estamos aqui para ser a número 1 de automóvel nos próximos dez anos. A Justos não nasceu para ser uma seguradora low cost (baixo custo). Nascemos para ser a melhor”**

*Dhaval Chadha, CEO da Justos Seguros*

segurado. “A facilidade que podemos trazer para o mercado de seguros com o objetivo de aumentar cada vez mais a nossa penetração. Estamos brigando pelos mesmos segurados há milhares de anos”.

### INCENTIVO AO CLIENTE

A estratégia da Justos é oferecer uma apólice de acordo com o comportamento de como a pessoa dirige, já que ele é o fator mais preditivo no seguro de auto. O bom desempenho é medido pela frenagem, aceleração, curvas e se o segurado fala no celular enquanto dirige.

Inclusive, a boa direção é recompensada com vouchers de parceiros por meio do acúmulo de pontos “Todos os meses, 15% da nossa base está resgatando vouchers nas empresas parceiras”, ressaltou o CEO.

Segundo ele, com os programas de descontos e prêmios já foram devolvidos aos clientes R\$ 3 milhões.

Hoje, 50% dos segurados da Justos abrem o processo de sinistro pelo aplicativo, que leva até cinco minutos.

Durante o almoço, os executivos adiantaram que, nos próximos meses, a Justos iniciará a comercialização da apólice anual.

“Foi muito surpreendente a apresentação da Justos. É um produto que veio competir com o seguro tradicional compreensivo. Eles vão avançar no mercado, pois tem muito espaço. As novas gerações serão muito aderentes a essa proposta de seguro”, frisou o presidente da Aconseg-SP.



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



Diretorias da Aconseg-SP e da MAPFRE

## PRODUÇÃO DA MAPFRE COM AS ASSESSORIAS AUMENTA 80%

Lideranças da companhia participam de almoço e reiteram a importância do canal dentro da estratégia de ascensão da companhia

A MAPFRE passou por um processo de transformação interno e o foco da estratégia da companhia passou a ser os canais de distribuição e, consequentemente, o corretor e as assessorias.

“Todos nós temos a responsabilidade de evoluir o seguro no Brasil e o modelo de assessorias é uma alavanca de produção do modelo de corretores no Brasil porque vocês criam um valor na ponta e trazem eficiência”, destacou Oscar Celada, CEO de Negócios da MAPFRE, durante o tradicional almoço realizado pela Aconseg-SP em março, no Terraço Itália, em São Paulo.

Para impulsionar a estratégia com o canal de distribuição, Karine Brandão, diretora-executiva Comercial da MAPFRE, passou a compor o time de lideranças comerciais da companhia com a missão de conectar tudo e trazer percepção de valor.

“Não tem como falar de corretor e crescimento sem falar de uma estratégia com as assessorias. As assessorias são um pilar estratégico do nosso movimento de crescimento. Temos 20 mil corretores na base e precisamos fortalecer a relação com eles e também tracionar nossas regiões e perfis de corretores”, descreveu Karine.

Durante o almoço, eles falaram sobre o posicionamento da companhia multiproduto no Brasil e na América Latina e a ambição de alçar o mercado brasileiro à posição número 1 no ranking mundial. “Temos uma trilha de capacitação para que os corretores e as assessorias possam ter uma visão 360 graus do cliente, seja pessoa física ou pessoa jurídica”.

Em 2024, a produção das assessorias com a MAPFRE registrou crescimento de 50%. “Estou muito feliz porque no primeiro trimestre deste ano crescemos 80%”, comemorou Karine.

O resultado obtido é reflexo do investimento feito pela com-

**“Todos nós temos a responsabilidade de evoluir o seguro no Brasil e o modelo de assessorias é uma alavanca de produção do modelo de corretores no país porque vocês criam valor na ponta e trazem a eficiência”**

Oscar Celada, CEO de Negócios da MAPFRE

panhia no ano passado, que incluiu a criação de uma gerência exclusiva nacional liderada por Felipe Barboza. Em São Paulo, Nancy Forni é a gerente da capital, e Reinaldo de Oliveira, responsável pelo atendimento no interior.

“Criamos uma estrutura que apoia assessorias, que já conta com dez pessoas, além de três profissionais de governança que dão apoio de cadastros, contratos e pagamentos”, destacou Barboza.

O presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, definiu como surpreendente o crescimento da produção da companhia com as assessorias. “A companhia fez transformações que aproximaram as assessorias. É importante sabermos que essa parceria e as melhorias implementadas, tanto operacionais como em produtos, já rendem resultados positivos para todos – companhias, corretores, assessorias e clientes”, comentou Montenegro, que ainda exaltou o fato de a seguradora investir em tecnologia e em inovações e não descuidar da proximidade de relacionamento com parceiros.

### REORGANIZAÇÃO DOS PRODUTOS

No Automóvel, por exemplo, foram feitas reformulações e apresentadas inovações nos produtos, como o lançamento da cobertura de roubo e furto que, segundo Karine, vem apresentando uma adesão interessante.

“Ampliamos a aceitação até 25 anos, criamos o roubo e furto para evitar a evasão dos clientes e ampliamos o pagamento para até 12 vezes sem juros”, descreveu Jonson Sousa, diretor Territorial da MAPFRE. “Conseguimos democratizar a chegada do seguro em uma base maior. Em São Paulo, o produto de roubo e furto é uma realidade e queremos levar ao corretor uma oportunidade para não perder o cliente”, acrescentou.

## O CORRETOR É OBRIGADO A EMITIR NOTA FISCAL?



Segundo Ariovaldo Martinelli, da Val Assessoria Contábil e Fiscal, todas as empresas prestadoras de serviços estabelecidas na cidade de São Paulo são obrigadas a emitir nota fiscal. No entanto, há exceções em cinco tipos de situações:

- Venda de bens usados entre pessoas físicas;
- Prestação de serviços de transporte de passageiros por motoristas autônomos;
- Atividades de artesãos e pequenos produtores rurais;
- Serviços de transporte de mudanças realizados por pessoa física;
- MEI em serviços para pessoas físicas.

Ele lembra que os corretores de seguros gozavam de um regime especial, envolvendo as seguradoras, que retiam o ISS, o recolhiam, e informavam os valores de serviço e de ISS retido para a Prefeitura de São Paulo. “Esse regime especial, dispensava as corretoras de emitir a nota fiscal de serviços. Como o ISS dos corretores continua sendo retido na fonte, muitos ainda acreditam que estão dispensados de emitir nota fiscal. Mas não, a emissão é obrigatória. Os corretores têm o ISS retido e repassado pelas seguradoras para a Prefeitura de São Paulo, então mesmo que não emitam a nota fiscal, a prefeitura não perde o tributo”.

Mas e o tributo federal? Segundo Martinelli, a prefeitura recebe o ISS retido pelas seguradoras, mas normalmente, quando não se emite a nota fiscal, também não se recolhe os tributos federais.

“A não emissão da NF decorre da não cobrança por parte de algumas seguradoras, que efetuam o pagamento mesmo sem a emissão da mesma, e com a correria do dia a dia, acaba-se por não emitir. Aí que precisa ter cuidado. Os fiscos Federal e Municipal se comunicam, e a qualquer momento o Fisco Federal, pode cobrar a diferença de tributo não recolhido. Até hoje não aconteceu, mas os governos estão com o pires na mão, atrás de recursos, e pode acontecer”.

Além do risco maior, também há multa pela não emissão da NF, e essa informação a prefeitura tem das seguradoras, já que elas informam os valores do serviço e do imposto retido, basta a prefeitura cruzar essa informação com a emissão.

“Então, faça um controle de tudo o que recebe no mês, contendo a seguradora, o valor bruto, o valor retido de IR e, se houver, o valor retido de ISS e o valor líquido. E emita as notas fiscais com base nesse controle. Dessa forma, você não corre riscos desnecessários”, recomenda.

## CASA DO SEGURO NA COP30



A Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) anunciou a criação da Casa do Seguro, que está situada em local muito próximo ao espaço oficial da COP30, a 30ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas, que será realizada em novembro, em Belém (PA).

Além da programação de conteúdo, promoverá iniciativas de responsabilidade social, prestigiando a economia e a mão de obra locais. O projeto é ambientalmente responsável e foi desenvolvido dentro dos conceitos de evento neutro e resíduo zero, prevendo ainda uso eficiente de água e energia.

Seis seguradoras já são empoderadoras da Casa do Seguro. São elas Allianz, AXA, MAPFRE, Porto, Prudential e Tokio Marine. O projeto inovador foi pensado para posicionar o setor segurador como ator fundamental na oferta de soluções para o enfrentamento da transição climática.

Para o presidente da CNseg, Dyogo Oliveira, o mercado segurador tem um papel de destaque na transição para uma economia mais verde e resiliente, e a atuação do setor na COP30 refletirá a importância de suas contribuições, em um cenário de agravamento das mudanças climáticas.

“A Casa do Seguro será uma vitrine do nosso papel como facilitadores de inovação e mitigadores de riscos climáticos, reforçando nosso compromisso com o futuro sustentável do planeta. Esse projeto é o ponto alto de uma estratégia de posicionamento do setor segurador nas discussões climáticas que ganhou maior expressão a partir de 2023, na COP28, em Dubai, e estabelecerá um marco em Belém”, destaca.

A iniciativa é inédita no setor e favorecerá a conexão do mercado de seguros com outros setores econômicos, estimulando a convergência entre agentes públicos e privados, com ampla participação da sociedade civil. A agenda da Casa do Seguro estará focada no papel do setor na gestão de riscos climáticos e no financiamento de iniciativas sustentáveis.





SulAmérica

# A Seguradora nº 1 do país pelo ranking Valor 1.000

Tradição, inovação  
e compromisso com a vida.



Acesse [sulamerica.com.br](https://sulamerica.com.br)  
e fale com seu corretor.

## Almoço CCS-SP com Allianz



Boris Ber, presidente do Sineor-SP; Ricardo Montenegro, Eduard Folch e Alvaro Fonseca, mentor do CCS-SP

O presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, participou do almoço do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) realizado em março, no Terraço Itália. O evento contou com a presença de Eduard Folch, presidente da Allianz, além de Nelson Veiga (diretor executivo Comercial), Fábio Morita (diretor executivo de Automóvel, Massificados e Vida) e Flavio Rewa (diretor Comercial Regional São Paulo Capital).

## A força do corretor



Ricardo Montenegro e Celso Azevedo, presidente da Aconseg-RS

Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, acompanhou de perto a realização do Brasel 2025, realizado em Porto Alegre (RS), em parceria pelos Sincors RS, PR e SC.

“A força do corretor de seguros foi evidenciada mais uma vez com a realização de um evento rico em conteúdo técnico e sensível,

solidário e resiliente em todos os seus atos. O presidente do Sincor-RS, André Thozeski, está de parabéns”.

## MAPFRE Innovation Summit



Jonson Sousa, diretor Territorial da MAPFRE; Ricardo Montenegro e Karine Brandão, diretora-executiva comercial da MAPFRE

O presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, participou do evento MAPFRE Innovation Summit, que reuniu especialistas para debater inovação e tecnologia no setor de seguros.

## A Grande Jornada pelo Mundo do Seguro



Pedro Barbato Filho encerrou 2024 com a entrevista de Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, em seu programa “A Grande Jornada pelo Mundo do Seguro”, que vai ao ar pela Rádio Imprensa FM todas as segundas-feiras, às 7h.

## Aconseg-SP no Programa Seguro



O presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, foi entrevistado por Boris Ber, no Programa Seguro, exibido em fevereiro, pela TV Gazeta.

Na ocasião, Montenegro resgatou um pouco da história da instituição paulista e a importância crescente das assessorias no mercado de seguros em todo o Brasil.

“O corretor não tem que ficar preocupado com suas funções operacionais. A Aconseg-SP ajuda a prospectar negócios, vender, realizar cross-selling. Isso nos fez evoluir nesses últimos 21 anos e chegarmos ao patamar de excelência”, expôs Montenegro sobre o trabalho que, por meio da ética e transparência, tem atraído mais corretores de seguros e também seguradoras e empresas parceiras.

“Sozinho é difícil conseguir fazer tudo. A ajuda que a Aconseg-SP oferece na orientação e no cross-selling é fundamental. O corretor tem um lead quente, que ele pode aproveitar e simplesmente não tem ferramenta ou não tem tempo. Desejo sucesso nessa empreitada. Tenho certeza que você vai ajudar muitos corretores de São Paulo e espero que as outras Aconsegs também sigam esse caminho”, comentou Boris Ber, durante a entrevista.

A entrevista do presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, pode ser conferida no canal do YouTube do Programa Seguro:



## Estratégia de alinhamento Grupo HDI



Em fevereiro, as assessorias associadas à Aconseg-SP participaram de uma reunião de alinhamento de seguros de vida na sede do Grupo HDI.

# Proteja o futuro dos seus clientes com segurança e confiança.

Ajude seus clientes a protegerem suas conquistas através das nossas soluções em seguros, abrangendo linhas de negócios em riscos patrimoniais e pessoais.

Com a Alba Seguradora, você oferece proteção completa e personalizada, garantindo segurança e tranquilidade em todos os momentos da vida.

 Filiais e Assessorias: \* Bahia \* São Paulo | RJ - MG - GO - DF - PR - SE - PE - CE - TO



RESIDENCIAL



EMPRESARIAL



VIDA INDIVIDUAL PROTEGIDA



ACIDENTES PESSOAL INDIVIDUAL PREMIÁVEL



VIDA EM GRUPO



ACIDENTES PESSOAIS COLETIVO



VIDA PME



VIDA CAPITAL GLOBAL **NOVO**



PRESTAMISTA



RISCOS DIVERSOS



GARANTIA ESTENDIDA

Corretor, junte-se a nós e faça parte de uma história com mais de 150 anos.



Faça aqui seu pré-cadastro.

[alba.com.br](http://alba.com.br)

 @albaseguradora

**alba**   
SEGURADORA  
Grupo Aliança da Bahia



**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

**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

**Christ** | Jairo Christ | www.christassessoria.com.br |  
jairo@christassessoria.com.br | (19) 2512-4800 @ christassessoria

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

**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

**Corpar** | Fabio Piva | fabio.piva@corpar.com.br | (11) 5328-3789

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

**C6 Seg** | Augusto Brum | augusto.brum@c6bank.com | (31) 98118-3329

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

**Fonseg** | Ricardo Fonseca | 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 | marcos.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) 4525-7790 @ 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

**Multisegs** | João Luiz de Lima | joaoluiz@multisegs.com.br

(11) 99978-4820 @ multisegassessoria

**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

orjetet.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@vilavelhaassesso-  
ria.com.br (11) 3230-1757 (11) 97808-814

@ vilavelha corretora

**WL** | Wilson Lima

wilsonlima@wlseguros.com.br

(11) 99659-7017 @ wlseguros\_br

SIGA A CONSEG-SP  
NAS REDES SOCIAIS

 @aconseg\_sp

 Aconsegsp

 aconseg-sp



# O FUTURO MAIS SEGURO COMEÇA NA EZZE.

A EZZE Seguros é hoje uma das grandes forças do mercado nacional, com um portfólio completo e mais de 80 produtos aprovados.



Nossa estratégia multiproduto e multicanal atende tanto Pessoa Física quanto Jurídica, sempre com soluções sob medida.

Com agilidade e solidez financeira, entregamos o melhor custo-benefício para proteger o que realmente importa.

**Seja parceiro da EZZE e ofereça um portfólio robusto e eficiente aos seus clientes. EZZE Seguros. Confiança para ir além.**

Saiba mais sobre a EZZE:  
[ezzeseguros.com.br](http://ezzeseguros.com.br)



**EZZE** SEGUROS.  
A GENTE  
SE IMPORTA.

# Corretor, faça parte de um time campeão!



PATROCINADOR OFICIAL

Há mais de 30 anos no Brasil, a MAPFRE conta com  
**mais de 10 milhões de clientes.**

Faça seu cadastro e  
venha ser um  
corretor MAPFRE!

