

ANO 17 • NÚMERO 71 • JUL/AGO/SET DE 2025

ACONSEG SP

TOKIO MARINE: A SIMBIOSE PERFEITA ENTRE A TECNOLOGIA E O HUMANO

Unir o melhor dos dois universos é a aposta da seguradora para avançar no desafio de aumentar a capilaridade, a eficiência e a produtividade, em prol da disseminação da cultura de seguro no Brasil

*Marcos Kobayashi, diretor
Comercial Varejo e Vida da
Tokio Marine*

EFICIÊNCIA PARA O CORRETOR

Companhias investem em tecnologia e atendimento para as assessorias fortalecerem o papel estratégico junto aos parceiros

PORTAL DE NEGÓCIOS BRADESCO SEGUROS



O escritório digital para todo corretor.

- Plataforma 100% online para facilitar o gerenciamento da sua carteira.
- Oportunidade de leads para geração de novos negócios.
- Consulta de informações essenciais para o seu dia a dia.

Siga @comvocecorretor
no Instagram e acompanhe
as novidades.



**bradesco
seguros**

Com Você. Sempre.

Acesse o site
ou escaneie o QR Code



SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966 | Ouvidoria: 0800 701 7000. Para atendimento à pessoa com Deficiência Auditiva ou de Fala, acesse o nosso site. CNPJ: 33.055.146/0001-93



PARCERIAS SÓ MELHORAM COM OS ANOS

Nossa 71ª edição chega de forma especial. Nela, buscamos explorar o que as seguradoras têm feito para as assessorias com o objetivo de melhorar o atendimento aos corretores.

É muito gratificante sabermos que, além de criarmos parcerias, conquistamos grandes amigos. Nossos tradicionais almoços têm nos mostrado o quão sólidos são os nossos relacionamentos com os parceiros de seguradoras.

No início de setembro, recebemos José Adalberto Ferrara (foto 1), presidente da Tokio Marine, um dos primeiros CEOs a reconhecer as assessorias como uma extensão da própria seguradora. Inclusive, a companhia é destaque nesta edição com a entrevista do diretor Marcos Kobayashi.

Também reconhecemos, em agosto, a Suhai Seguradora, por meio do CEO Fernando Soares (foto 2), uma “companhia nativa das assessorias”. Em um gesto de reciprocidade, Fernando nos entregou uma placa (foto 3).

Recebemos também o board do Grupo HDI e homenageamos o seu CEO, Eduardo Dal Ri (foto 4), executivo que foi responsável por uma das maiores transações da história recente do mercado de seguros.

Isso nos mostra o quanto estamos no caminho certo de parcerias de longo prazo e que só melhoram ao longo do tempo. Isso tudo reflete no nosso atendimento ao corretor de seguros. Além de todo o suporte técnico e operacional, devemos entregar-lhes confiança. Não é à toa que muitos corretores tornam-se nossos grandes amigos. Nosso mercado de seguros é assim, fundamentado no relacionamento.

É esse relacionamento que está nos levando mais uma vez ao Conec, agora com o reforço das outras cinco Aconsegs. Esta ação mostra o quanto nós investimos no corretor de seguros.

Quando dizemos que as assessorias são o melhor canal de distribuição, é justamente porque o nosso papel é servi-los e ajudá-los na honrosa missão de proteger vidas, lares e negócios. Aproveito para parabenizar todos os corretores, em especial os nossos parceiros, pelo dia 12 de outubro. Estamos juntos, amigos!



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@aconsegs.com.br

Site: www.aconsegs.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: 10 mil exemplares

Distribuição digital: 60 mil e-mails

Periodicidade: Trimestral - Distribuição gratuita

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

TOKIO MARINE COLOCA O HUMANO ACIMA DE TUDO

Uma das companhias mais avançadas tecnologicamente, também segue focada no relacionamento humano para inovar, diversificar e fortalecer ainda mais a presença no Brasil



Marcos Kobayashi, diretor Comercial Varejo e Vida da Tokio Marine

Até 2026, a estratégia de negócios da Tokio Marine Seguradora está ancorada no plano Tokio Transforma, cujos objetivos são excelência em serviços; crescimento sustentável; produtividade e eficiência; inovação e tecnologia; trabalho em equipe e ações de ESG (ambiental, social e governança).

“Nossa estratégia de crescimento orgânico, fundamentada na valorização do capital humano, na oferta de produtos e serviços de excelência, e na ampliação da cultura do seguro no Brasil, segue gerando resultados consistentes para a Tokio Marine”, comenta Marcos Kobayashi, diretor Comercial Varejo e Vida da Tokio Marine.

A Tokio é uma seguradora multiprodutos com mais de 90 produtos e 120 serviços. “Com essa amplitude de soluções para proteção pessoal e patrimonial, colocamos à disposição dos corretores e assessorias diversas ferramentas digitais e automatizadas e investimos no capital humano por meio dos especialistas, preparados para apoiá-los técnica e comercialmente em suas demandas mais específicas”.

DIRETORIA SÃO PAULO

Kobayashi destaca que, mesmo São Paulo sendo um dos mercados mais competitivos e com alta oferta de produtos e serviços, a Diretoria SP Capital é, atualmente, a maior regional do Varejo, e está próxima de atingir a marca de R\$ 2 bilhões de faturamento.

“O desafio de Alexsandro Priuli, diretor Comercial SP Capital, é aumentar a nossa capilaridade, a eficiência na oferta de nossos produtos e, consequentemente, a nossa produtividade”, destaca.

“Além disso, o desafio, que não é apenas de São Paulo, e representa uma grande oportunidade de crescimento, é a conscientização e a disseminação da cultura do seguro. Na Tokio Marine, seguimos firmes em nossa missão de compartilhar conhecimento e informações, contribuindo para o fortalecimento do setor e para um crescimento sustentável no Brasil”, acrescenta.

A região do interior de São Paulo também integra a estratégia da companhia, por meio da Diretoria Comercial São Paulo Interior, liderada pelo Júlio Sato, que representa 17,8% da diretoria comercial nacional e, por isso, investir cada vez mais na região é parte essencial da estratégia de negócios da companhia.

“Prova disso foi o Encontro Corretor & Tokio PJ no Varejo, reunindo mais de 150 participantes de diversas localidades. O even-

to teve como objetivo fortalecer a parceria com nossos parceiros de negócios locais, estreitar o relacionamento com a nossa diretoria técnica e destacar as oportunidades da carteira PJ”.

O Green Vida é um sucesso da diretoria comercial, tanto em prêmios emitidos quanto em quantidade de negócios fechados. “Mas, ainda mais importante do que isso, é o impacto positivo e a disseminação da cultura do seguro que conseguimos realizar com esse movimento, levando mais conscientização e proteção para a família brasileira. As assessorias têm papel fundamental nesta ação comercial e, com iniciativas como o ‘Diga sim ao Seguro de Vida’, promovem um acultamento importante entre os seus corretores”, comenta.

INOVAÇÃO E PARCERIA

De acordo com o diretor, a inovação faz parte do DNA da Tokio Marine e todas as nossas ações são pensadas para os 4C's – colaborador, corretor, cliente e comunidade – em uma estratégia que usa a tecnologia como ferramenta, sem perder de vista o fator humano.

“Por meio de uma revisão de processos operacionais, ganhamos escala e eficiência, conseguindo promover diversos assistentes comerciais para gerentes comerciais, ampliar a quantidade de unidades de negócio, com cinco novas sucursais, e criar a equipe comercial de produtos PJ. Tudo isso, pensando em aumentar a produtividade, o foco em negócios e gerar mais rentabilidade para os corretores”.

Ele lembra que esse desafio é do mercado de seguros como um todo. “A transformação digital já é uma realidade, e por isso é fundamental modernizar e adaptar plataformas e processos para ganhar mais produtividade e eficiência. Outro ponto importante é a busca constante por capacitação e especialização, fundamentais para orientar e fortalecer os negócios. Nessa jornada, a Tokio Marine está à disposição para apoiar as assessorias, oferecendo ferramentas e plataformas que potencializam ainda mais sua atuação”.

“As assessorias são extensão da Tokio Marine e atuam como nossas sucursais, por isso, é fundamental que estejam atentas e alinhadas com as tendências, buscando efi-

ciência, aumentando a produtividade e com foco na diversificação de produtos”.

DESAFIOS TRANSFORMADOS EM OPORTUNIDADES

Kobayashi observa que o mercado atravessa um momento de profundas mudanças no setor de seguros, impulsionado por uma combinação de fatores: avanços regulatórios, mudanças no comportamento do consumidor e o impacto crescente das variáveis econômicas e climáticas. “Para a Tokio Marine, esse ambiente representa, mais do que desafios, uma janela importante de oportunidades para inovar, diversificar e fortalecer ainda mais nossa presença no País”, reforça o executivo.

Segundo ele, a Tokio segue com investimentos constantes em soluções que aumentem as oportunidades de negócios para os corretores, como produtos cada vez mais personalizados, processos que garantam a eficiência das entregas e atendimento personalizado.

“Este ano, o mercado está mais cauteloso, mas acredito que vamos performar como em 2024, um ano que, mesmo em um cenário desafiador, a indústria securitária apresentou resultados relevantes. O mercado de seguros já passou por situações parecidas em outros anos, se mostrou bastante resiliente, continuou crescendo e oferecendo soluções para o mercado, e isso não deve ser diferente em 2025”, analisa.

Ele destaca que, ano a ano, a companhia evolui como empresa, não só em números, mas em ações e iniciativas que valorizem os colaboradores. “Encerramos o primeiro semestre com crescimento de 9% em prêmios emitidos em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$ 7 bilhões em produção. Já nosso índice combinado encerrou o semestre em 89,8%, refletindo uma sólida performance operacional e eficiência na gestão do portfólio de riscos”, diz.

Recentemente, a Tokio ingressou na lista das 200 melhores empresas para trabalhar na América Latina. “É um orgulho ver a Tokio Marine alcançando mais um reconhecimento, agora como uma das 200 Melhores Empresas para Trabalhar na América Latina pelo Great Place to Work. Aqui, temos uma cultura clara e eficaz de colocar nossos colaboradores no centro, para atuarem como



Nossa estratégia de crescimento orgânico, fundamentada na valorização do capital humano, na oferta de produtos e serviços de excelência e na ampliação da cultura do seguro no Brasil, segue gerando resultados consistentes para a Tokio Marine”

Marcos Kobayashi, diretor Comercial Varejo e Vida da Tokio Marine

protagonistas no seu ambiente de trabalho, com iniciativas que promovam diversidade, equidade e inclusão, gerando um forte senso de pertencimento. E, no fim do dia, é isso que nos diferencia como empresa”.

Com mais de 40 anos de atuação no mercado de seguros, Kobayashi sente-se profundamente feliz e realizado pela carreira que vem construindo, pois acredita no poder transformador do trabalho. “O mercado é dinâmico e enfrentamos mudanças de cenário a cada ciclo, mas é isso que o torna maravilhoso. Sou apaixonado pelo tema proteção e, por isso, sigo diariamente trabalhando pela maior conscientização da sociedade sobre a importância do seguro. É uma honra liderar um time de profissionais tão qualificados, que me ensinam diariamente a importância e o valor do capital humano – o verdadeiro coração do nosso negócio. Reconheço que o mercado é desafiador e que ainda temos muito a conquistar, mas sou imensamente grato por tudo o que alcancei até aqui e, sobretudo, por poder contar com pessoas tão incríveis ao meu lado nessa trajetória”, descreve o diretor.

ASSESSORIAS IMPULSIONAM CRESCIMENTO DAS SEGURADORAS

Companhias investem em tecnologia e atendimento para assessorias fortalecerem o papel estratégico junto aos corretores



As assessorias de seguros conquistaram papel de protagonismo na estratégia das seguradoras no Brasil ao longo dos últimos anos. A produção das assessorias sob o guarda-chuva da Aconseg-SP, por exemplo, superou a expectativa em 2024.

Conforme relatório da Associação de 2024, as 40 assessorias associadas produziram o volume de R\$ 3,8 bilhões em prêmios neste período, um crescimento de 14% quando comparado ao ano de 2023.

Parte fundamental desta relevância das assessorias no setor, a Aconseg-SP segue com perspectivas positivas para 2025. Ainda segundo o relatório, a previsão é que o faturamento de prêmios das assessorias filiadas passem para R\$ 4,3 bilhões em 2025.

CONSOLIDAÇÃO DE ESTRATÉGIAS PARA EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

"De parcerias comerciais a verdadeiros braços de operação, elas se consolidam como elo entre companhias e corretores, ampliando capi-

laridade, simplificando processos e impulsionando o crescimento em diversas linhas de negócios", destaca Luiz Sergio de Gasperi, superintendente de Relacionamento com Corretores e Assessorias da Zurich Seguros.

Na Zurich, o trabalho das assessorias contribuiu para um crescimento de 16,5% em prêmio emitido em 2024 e, apenas até junho de 2025, o avanço já chega a 13,9% sobre o mesmo período do ano anterior. Para Gasperi, o sucesso vem da descentralização e da proximidade com os mercados locais.

"As assessorias funcionam como uma extensão de nossas filiais, permitindo atendimento personalizado e fortalecendo nossa presença. Esse desempenho reforça a importância de mantermos uma atuação descentralizada e próxima dos diferentes mercados regionais", ressalta.

Segundo ele, ao estruturar o subcanal, com mais de 80 assessorias posicionadas em 20 estados, a Zurich conseguiu não apenas ampliar a distribuição, mas também oferecer atendimento personalizado, enten-

dendo as particularidades de cada região e fortalecendo a sua ascensão nacional.

O IMPACTO REGIONAL DAS ASSESSORIAS

No Grupo HDI, por exemplo, foi estruturada uma filial dedicada exclusivamente ao canal de São Paulo Capital, com equipe própria para relacionamento, treinamentos e campanhas de engajamento.

Paul Canarin, diretor regional do Grupo HDI para a filial, ressalta que a iniciativa garantiu destaque na produção de Automóveis e Vida - como a que mais cresceu em seguros novos este ano para a seguradora. "A estratégia contempla também a diversificação para todas as linhas de negócios da empresa, que vão desde seguros individuais até riscos corporativos", afirma.

Essas novidades estão em desenvolvimento e fazem parte da estratégia de consolidar o crescimento observado em 2025 e diversificar ainda mais as frentes de atuação da HDI.

Em julho de 2025, a empresa já havia



O Grupo HDI está constantemente avaliando novas iniciativas para fortalecer ainda mais o canal de assessorias. Temos projetos em desenvolvimento que buscam ampliar a eficiência, oferecer novas ferramentas e gerar mais oportunidades de negócios, sempre com foco em apoiar as assessorias”

Paul Canarin, diretor regional do Grupo HDI para a filial Assessorias

divulgado que as assessorias são o canal com o maior crescimento no Grupo, sendo a filial de São Paulo a com maior avanço no segmento Vida - cerca de 7% do portfólio do Grupo, com representatividade de 32% e o sucesso se dá justamente às assessorias.

Para ampliar ainda mais o desempenho, a empresa desenvolveu relatórios gerenciais que apontam oportunidades comerciais e criou a campanha Top Assessoria, premiando trimestralmente a principal parceira em Vida.

“O Grupo HDI está constantemente avaliando novas iniciativas para fortalecer ainda mais o canal de assessorias. Temos projetos em desenvolvimento que buscam ampliar a eficiência, oferecer novas ferramentas e gerar mais oportunidades de negócios, sempre com foco em apoiar tanto as assessorias quanto os corretores de suas grades”, finaliza o executivo.

Allianz Seguros reforça que as assessorias exercem papel estratégico fundamental para capilarizar a distribuição e ampliar sua presença no varejo.

“As assessorias são ponte entre a Allianz e o corretor, oferecendo suporte técnico, operacional, comercial, além de treinamentos e reforço da marca. Isso nos ajuda a escalar a distribuição com qualidade e acelerar a penetração dos nossos produtos no mercado”, afirma Paulo Ayres, diretor comercial regional São Paulo Capital da Allianz Seguros.

Segundo Ayres, a companhia mantém uma atuação próxima das assessorias, com uma agenda robusta de visitas, treinamentos e atendimento ágil às demandas operacionais. “Estudamos diferenciais para corretores especialistas e com volume mais expressivo de produção no canal Assessorias”, pontua.

“Em 2025, intensificamos a presença junto às assessorias e seus corretores, colocando em prática o corretor centrismo – a escuta ativa e intencional das necessidades do corretor. As assessorias são grandes aliadas nessa escuta e na entrega de melhorias concretas”, reforça.

Vale ressaltar que, até o final deste ano, a Allianz possui uma nova campanha voltada às assessorias parceiras de todo o Brasil e inclui as seis regionais da seguradora: Sul, São Paulo Capital, São Paulo Interior, Rio de Janeiro e Espírito Santo, Minas Gerais e Centro-Oeste, e Norte e Nordeste.

A Bradesco Seguros também aposta em assessorias para potencializar seu canal de distribuição pelo País. A empresa tem investido em soluções que integram capacitação, tecnologia, processos e relacionamento, como exemplo: programas de treinamento, ferramentas digitais de gestão e cotações, sistemas de pagamento ágeis e painéis de BI.

De acordo com a companhia, estas iniciativas oferecem mais autonomia e eficiência às assessorias. Além disso, verticais exclusivas em Vida, Previdência e Auto/RE, apoiadas por equipes regionais, reforçam a proximidade e a padronização no atendimento. Com esses programas, que já representam 26% da produção dos corretores de mercado e estimativa de R\$ 1,5 bilhão em



Paul Canarin, diretor regional do Grupo HDI para a filial Assessorias



De parcerias comerciais a verdadeiros braços de operação, elas se consolidam como elo entre companhias e corretores, ampliando capilaridade, simplificando processos e impulsionando o crescimento em diversas linhas de negócios”

Luiz Sergio de Gasperi, superintendente de Relacionamento com Corretores e Assessorias da Zurich Seguros

2025, o grupo consolida o canal como estratégico e segue aprimorando sua eficiência em prol do corretor e do cliente.

Na Tokio Marine, as assessorias são um ativo estratégico. "Atualmente, contamos com 110 assessorias que, além de viabilizarem a distribuição dos nossos produtos em todo o Brasil, desempenham um papel essencial no apoio aos corretores, contribuindo diretamente para o fechamento



As assessorias são ponte entre a Allianz e o corretor, oferecendo suporte técnico, operacional, comercial, além de treinamentos e reforço da marca. Isso nos ajuda a escalar a distribuição com qualidade e acelerar a penetração dos nossos produtos no mercado"



Paulo Ayres, diretor comercial regional
São Paulo Capital da Allianz Seguros

de novos negócios", comenta Marcos Kobayashi, diretor Comercial Varejo e Vida da Tokio Marine.

Uma das iniciativas é a UP – Universidade Parceiros Tokio, que oferece treinamento especializado e capacitação profissional continuada para corretores de seguros e assessorias.

Com uma programação multidisciplinar, que conta com 58 cursos divididos em 12 Trilhas de Aprendizagem, além de 90 UP-Class, a plataforma fornece conteúdos variados e objetivos sobre dicas de vendas, relacionamento com clientes, produtos da Tokio Marine e outros assuntos pertinentes para Corretores. "Inclusive, nos últimos 12 meses, de julho de 2024 a junho de 2025, a trilha "A Vida é o que Importa" teve o maior número de acessos, representando 14% dos acessos totais".

Segundo Kobayashi, além de investir em ferramentas que apoiam o trabalho de assessorias e corretores, a Tokio tem focado cada vez mais na profissionalização e melhoria contínua do atendimento. "Como especialistas, na Tokio Marine buscamos constantemente aprimorar nossos serviços, produtos e suporte, para que nossos parceiros possam focar no que realmente importa: a geração de novos negócios".

USO DA TECNOLOGIA A FAVOR DO SETOR DE SEGUROS

Dados da Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg), de maio deste ano

apontam que as empresas do setor investirão cerca de R\$ 20 bilhões em tecnologia e inovação no decorrer de 2025, um aumento de 17,5% em relação ao ano anterior.

O ritmo acelerado desse movimento se reflete no perfil das empresas: enquanto 45% das companhias mais inovadoras do país investem até 5% da receita em inovação, no segmento de seguros esse índice chega a 67%.

Sobre a esteira de inovação e novas tecnologias que estão surgindo no mercado segurador, Ayres destaca que há cautela e responsabilidade na introdução de novas tecnologias, mas que a agenda de inteligência artificial segue como prioridade.

"Estamos acompanhando de perto as novidades tecnológicas que impactam a produtividade sem comprometer a excelência. A IA tem se mostrado altamente eficiente e rentável, e seguimos zelando pela proteção dos dados e pela segurança da informação. Em 2025, reforçamos ainda mais nosso vínculo com o canal assessorias".

Na mesma linha de valorização, a Suhai Seguradora desponta em inovação e, ao mesmo tempo, em simplicidade operacional. Seu portfólio acessível e plataformas intuitivas são fortalecidos por programas de incentivo, como o Rota Suhai, criado em 2025.

Recentemente, a companhia iniciou o piloto de cobertura abrangente em algumas regiões, ampliando o potencial de crescimento de corretores e assessorias.



Como especialistas, na Tokio Marine buscamos constantemente aprimorar nossos serviços, produtos e suporte, para que nossos parceiros possam focar no que realmente importa: a geração de novos negócios"



Marcos Kobayashi, diretor Comercial
Varejo e Vida da Tokio Marine



A Bradesco Seguros também aposta em assessorias para potencializar seu canal de distribuição pelo País. A empresa tem investido em soluções que integram capacitação, tecnologia, processos e relacionamento, como exemplo: programas de treinamento, ferramentas digitais de gestão e cotações, sistemas de pagamento ágeis e painéis de BI”

Grupo Bradesco



CONFORME RELATÓRIO 2024 DA ACONSEG-SP, AS 40 ASSESSORIAS ASSOCIADAS PRODUZIRAM O VOLUME DE R\$ 3,8 BILHÕES, UM CRESCIMENTO DE 14% QUANDO COMPARADO AO ANO DE 2023. A PREVISÃO PARA 2025 É ATINGIR R\$ 4,3 BILHÕES

“Além de reforçar nosso compromisso com o cliente, essa novidade abre espaço para que as assessorias e os corretores parceiros também diversifiquem seu portfólio e ampliem sua base de clientes”, afirma Eduardo Grillo, diretor executivo comercial da Suhai.

“Fora isso, seguimos atentos às necessidades do mercado e avaliando constantemente melhorias em produtos e serviços que possam agregar valor à jornada do cliente final, sempre com o apoio estratégico das assessorias”, conclui.

Para a Suhai, as assessorias atuam com proximidade, oferecendo apoio e conhecimento técnico que contribuem para construir relacionamento com os corretores e impulsionar o crescimento sustentável das seguradoras.

A Justos, por sua vez, também aposta na eficiência operacional para diferenciar sua atuação e as assessorias também são parceiras estratégicas fundamentais nesta

forma de atuar. “Elas ampliam a capilaridade da Justos no mercado e garantem que nossa proposta chegue a ainda mais corretores. Trabalhamos lado a lado, oferecendo treinamentos e um atendimento diferenciado para que possam replicar esse conhecimento e suporte aos seus parceiros”, diz Felipe Genovesi, diretor de Vendas e Parcerias da Justos.

Com o apoio de gerentes regionais e ferramentas digitais, e sendo frequentemente reconhecida por elas como referência no mercado, a seguradora oferece visão clara da performance de corretores e possibilita planos de ação estratégicos.

“Cada assessoria conta com o apoio direto de um gerente regional, que atua de forma estratégica para impulsionar resultados, seja por meio de treinamentos, lançamentos de campanhas de vendas ou acompanhamento próximo das metas”.

A seguradora se utiliza da tecnologia em sua forma de gestão. Recentemente, lan-

çou um novo Portal do Corretor e prepara avanços também no portal dedicado às assessorias, fortalecendo o acompanhamento das carteiras.

O portal de gestão é considerado um dos mais completos do setor. “Nosso objetivo é simplificar a operação e tornar a gestão mais estratégica, gerando incremento real em vendas. Para isso, oferecemos ferramentas digitais como o Portal do Corretor, que reúne cotações, gestão e acompanhamento de performance em um único ambiente”.

Esse modelo traz ganhos operacionais importantes: a seguradora não precisa investir em estruturas físicas próprias ou ampliar folha de pagamento, o que gera eficiência e permite direcionar mais recursos para inovação e para melhorar a experiência de corretores e clientes”, finaliza Genovesi.

A Justos também busca investir em integrações ágeis, treinamentos recorrentes

e relatórios inteligentes, que ajudam as assessorias a identificar oportunidades, direcionar esforços comerciais e acelerar resultados, sempre com foco em fortalecer o trabalho do corretor que está na ponta.

ASSESSORIAS VÃO ALÉM DO COMERCIAL PARA SEGURADORAS

A convergência de iniciativas confirma: as assessorias deixaram de ser apenas um braço comercial e se tornaram parceiras estratégicas de longo prazo, responsáveis

“**Seguimos atentos às necessidades do mercado e avaliando constantemente melhorias em produtos e serviços que possam agregar valor à jornada do cliente final, sempre com o apoio estratégico das assessorias**”



Eduardo Grillo, diretor executivo comercial da Suhai



por expandir portfólios, aproximar corretores e seguradoras e simplificar processos em um mercado cada vez mais competitivo.

Isso porque, ao mesmo tempo em que reduzem custos operacionais das seguradoras, as assessorias ampliam capilaridade e permitem adaptações regionais mais ágeis, fortalecendo a entrega de valor em todo o país.

Como resume Gasperi, da Zurich: “A eficiência operacional está diretamente conectada ao fortalecimento da relação entre assessorias, corretores e clientes”.

Com isso, entendemos que o denominador comum entre as companhias é a valorização crescente das assessorias como parceiras estratégicas, para além das vendas. Com acesso direto a subscritores, relatórios inteligentes, treinamentos e programas de incentivo, essas estruturas estão no centro de um movimento de transformação do setor, em que a proxi-

midade com corretores e clientes é vista como diferencial competitivo.

As novidades não param. Recentemente, a Tokio anunciou o Simulador Capital Sob Medida, uma ferramenta para ajudar os parceiros a estimar o capital ideal para cada cliente no seguro de vida. Além disso, implementou melhorias nas cotações de seguros de riscos de engenharia e responsabilidade civil obras, com o objetivo de tornar o processo operacional ainda mais ágil para corretores e assessorias.

“Quanto ao futuro, continuamos atentos às necessidades do mercado, ouvindo atentamente as demandas de nossos parceiros de negócios para atender plenamente as suas demandas”, conclui Kobayashi.

“**Cada assessoria conta com o apoio direto de um gerente regional, que atua de forma estratégica para impulsionar resultados, seja por meio de treinamentos, lançamentos de campanhas de vendas ou acompanhamento próximo das metas**”



Felipe Genovesi, diretor de Vendas e Parcerias da Justos

Quem ama, ✓ cuida.

É muito bom saber
que esse amor
é correspondido
pelos paulistanos.



A SulAmérica é o **plano de saúde nº1** na preferência dos paulistanos.
Mais do que um prêmio, é a confirmação de que cuidado gera **amor**.
E amor gera **reconhecimento**.

Obrigada, São Paulo, por confiar na gente para cuidar da sua saúde.



/SulAmerica



/sulamerica



@sulamerica



/company/sulamerica

O seguro habitacional pode parecer difícil para quem ainda não está familiarizado com seus detalhes ou com a abordagem certa, mas ele não é um seguro complexo de ser vendido. “A percepção de complexidade muitas vezes vem da falta de conhecimento técnico, insegurança na explicação ao cliente, ou desconhecimento dos benefícios práticos”, desmistifica Gerciony Sousa, especialista em Negócios

SEGURO HABITACIONAL NÃO É UM SEGURO COMPLEXO DE SER VENDIDO

Especialista em Negócios Habitacionais da Excelsior Seguros desmistifica a venda do seguro

Habitacionais da Excelsior.

O habitacional é um ramo com oportunidades para corretores e assessorias. “Uma estratégia bem utilizada pelas assessorias consiste no trabalho de identificação dos corretores que já operam com produtos como risco de engenharia e garantia de obra (empreendimentos imobiliários), uma vez que, em regra, estes clientes realizam autofinanciamento imobiliário e o produto de seguro habitacional gera a estabilidade necessária na operação de financiamento imobiliário”, indica Sousa.

O comissionamento recorrente nas operações de seguro habitacional é um atrativo extra às corretoras e as assessorias.

“O seguro habitacional pode ser um excelente negócio para o corretor, tanto do ponto de vista financeiro, quanto estratégico. Ele gera ao corretor um comissionamento recorrente, e auxilia nas vendas estratégicas, pois a solução de seguro habitacional é aderente aos contratos de financiamentos imobiliários, ou seja, contratação em massa por meio de um agente financeiro. Os tickets médios dos prêmios, em regra, são elevados e têm incidência direta na comissão do corretor”, expõe.

Segundo ele, a Excelsior está com um olhar especial para o mercado de construção civil (empreendimento imobiliário). Os corretores podem oferecer a proteção a Bancos, Construtoras, Incorporadoras, SCD – Sociedade de Crédito Direto, FIDC’s – Fundo de Direito Creditório, FII – Fundo de Investimento Imobiliário e Operadoras de consórcios imobiliários.

CARACTERÍSTICAS DO SEGURO

Segundo Gerciony Sousa, o seguro tem como principal objetivo proteger a operação de financiamento imobiliário,

seja assegurando o bem objeto da garantia, seja a vida dos envolvidos (mutuário e sua família) do financiamento. “Dessa forma, o empreendedor e comprador ficarão seguros em caso de eventualidades”, explica.

O produto é composto por duas coberturas básicas: morte e invalidez permanente (MIP) e danos físicos ao imóvel (DFI).

Para atuar no segmento, corretores e assessorias contam com o auxílio dos profissionais da seguradora. “A equipe Habitacional da Excelsior Seguros estará sempre à disposição do corretor para treinamento das equipes designadas pelo parceiro, ou até mesmo para acompanhá-lo em alguma visita estratégica com um cliente em potencial”.

O especialista da Excelsior lembra que é importante o corretor vender o habitacional porque, além de agregar ao seu portfólio de clientes uma segmentação econômica muito forte, que representa quase 10% do PIB nacional, o setor de construção civil e incorporação está em franco crescimento. “Aliado a isso, a remuneração do corretor é recorrente e praticamente vitalícia”.

Ainda há a importância da proteção em si. “Simboliza proteção e segurança na operação de financiamento imobiliário. Com isso, auxiliamos na estabilização econômica do País e geramos tranquilidade para o empreendedor e famílias. Por tudo isso, afirmamos que o seguro habitacional é um instrumento de muita importância para a sociedade”, conclui.



Gerciony Sousa, Excelsior Seguros

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

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

excelsior
seguros

UNIÃO ENTRE ENTIDADES FORTALECE CORRETORES

Presidente do Sincor-SP define trabalho da Aconseg-SP como complementar ao do sindicato que, juntos, são capazes de ampliar o alcance e o impacto das ações



O Sincor-SP e a Aconseg-SP são parceiros históricos, um laço que tem gerado avanços, que, inclusive, reverberam para outros estados e outras Aconsegs.

“A parceria entre o Sincor-SP e a Aconseg-SP é motivo de orgulho. Temos atuado de forma conjunta em diversas frentes, sempre com o objetivo de valorizar o corretor e oferecer caminhos para seu desenvolvimento. O trabalho da Aconseg-SP é complementar ao do Sincor-SP e, juntos, conseguimos ampliar o alcance e o impacto das nossas ações. Essa união fortalece toda a categoria e, sobretudo, o consumidor, que recebe um atendimento mais preparado e qualificado”, destaca Boris Ber, presidente do Sincor-SP.

Para ele, as assessorias têm desempenhado um papel fundamental no fortalecimento da corretagem, por oferecem suporte estratégico e operacional para que o corretor possa se dedicar ao que faz de melhor: atender seus clientes com consultoria de qualidade.

“Observamos avanços importantes, principalmente no uso de tecnologia, na capacitação dos profissionais e na ampliação do portfólio de soluções. Isso gera eficiência, proximidade e contribui para a sustentabilidade do negócio do corretor”, descreve.

AS ACONSEGS

O Conec será realizado entre os dias 25 e 27 de setembro, no distrito Anhembi, em São Paulo, e reunirá a nata do mercado segurador brasileiro. “O Conec 2025 será uma edição histórica. Estamos prepa-

rando um evento ainda mais inovador, com conteúdos de alto nível, experiências imersivas e uma grande oportunidade de negócios e relacionamento. Será o momento de reunir milhares de corretores, lideranças e parceiros para debater os rumos do setor e compartilhar conhecimento”.

Ele ressalta que o Conec sempre foi um divisor de águas, e em 2025 não será diferente. “Será uma celebração da força do corretor de seguros e do futuro promissor do nosso mercado”, contextualiza o presidente do sindicato.

Inclusive, as seis Aconsegs, representadas por seus presidentes e associadas, estarão no evento como expositoras, não apenas como congressistas. Um ato histórico do movimento em prol dos corretores de seguros.

Ber enxerga como muito positivo as Aconsegs organizadas e atuantes, especialmente no diálogo com entidades e seguradoras. “A participação delas no Conec é uma demonstração clara dessa força coletiva. Ao estarem juntas no maior congresso de corretores da América Latina, reforçam sua relevância no mercado e oferecem ainda mais oportunidades de integração e aprendizado para os profissionais. Esse protagonismo das Aconsegs é um ganho para todos”.

Sobre a maior integração entre as entidades, Ber destaca que há um avanço significativo. “Afinal, o mercado de seguros entendeu que, diante de tantos desafios – desde a regulação até as transformações tecnológicas –, é necessário atuar de forma unida. Hoje conseguimos ver entidades, seguradoras, assessorias e corretores mais próximos, trabalhando em torno de objetivos comuns”, comenta o presidente do sindicato, para quem a integração é essencial para o fortalecimento do setor e para a defesa dos interesses dos corretores e dos consumidores.



Ao estarem juntas no maior congresso de corretores da América Latina, (as Aconsegs) reforçam sua relevância no mercado e oferecem ainda mais oportunidades de integração e aprendizado para os profissionais. Esse protagonismo das Aconsegs é um ganho para todos”

Boris Ber, presidente do Sincor-SP

É BOM DE MAPFRE

SER CORRETOR DE
SEGUROS É BOM.
ESTAR COM UMA
ASSESSORIA DA ACONSEG



MAPFRE

Cuidamos do que é importante para você

Na MAPFRE, acreditamos no crescimento conjunto através de parcerias sólidas e relacionamentos duradouros!

Desenvolvemos produtos inovadores, processos eficientes e serviços sob medida para proporcionar a melhor experiência para você, corretor.

Somos uma seguradora multiprodutos com soluções completas e trabalhamos com um atendimento personalizado em diferentes canais, desenhado para impulsionar o crescimento do seu negócio!

Quer alcançar novos patamares? Fale agora mesmo com a sua assessoria e venha fazer parte do time MAPFRE!

mapfre.com.br

ASSESSORIAS OFERECEM VANTAGEM ESTRATÉGICA PARA OS CORRETORES

É comum relatos de corretores que só conseguiram fechar determinados negócios com o apoio de uma assessoria

Esta é a terceira matéria de uma série de reportagens iniciada na edição 69 da Revista da Aconseg-SP com o objetivo de mostrar o real valor do trabalho das assessorias aos corretores de seguros.

Fato é que, cada vez mais, as assessorias são reconhecidas como fundamentais em todas as etapas dos processos operacionais que envolvem a venda de um seguro pelo corretor.

O profissional que atua em parceria com uma assessoria colhe os benefícios e segue ao lado dela por um longo período. É o caso

de Pedro José Santana, corretor de seguros há 35 anos, sócio-proprietário da Excelsior Administradora e Corretora de Seguros, fundada em 1990, que atua em parceria com uma assessoria há 30 anos. “Trabalhamos em parceria com assessoria para nos auxiliar no dia a dia e também na prospecção de negócios em virtude de ter um corpo técnico e comercial muito bem qualificado”.

Cássia de Oliveira Santos atua no mercado de seguros há 27 anos e, desde 2014, é corretora na Fsantos Corretora de Seguros. “Desde 2015, iniciamos no ramo de Saúde, posteriormente nos demais ramos. Quando iniciei na corretora, meu foco era exclusivamente no ramo de Automóveis. A parceria com a assessoria foi essencial para ampliar nosso conhecimento e nos ajudar a diversificar nossos produtos, permitindo que aten-

dêssemos uma gama mais ampla de necessidades dos clientes. A assessoria tem sido fundamental em todas as etapas do processo: desde a negociação e a implantação das propostas até os treinamentos e orientações para nossa equipe”, relata Cássia.

Ela aponta que a principal vantagem dessa parceria está na agilidade e no acesso facilitado às seguradoras, algo que aponta como mais restrito sem o apoio de uma assessoria.

“Com o suporte da assessoria, conseguimos otimizar nossos processos, oferecendo respostas rápidas e precisas aos clientes. Isso nos dá mais tempo para focar na prospecção de novos negócios e no fortalecimento do relacionamento com nossos clientes, o que tem um impacto direto na qualidade do nosso atendimento e nos resultados da corretora”, destaca.

Ainda segundo Cássia, contar com uma assessoria em um mercado altamente competitivo oferece uma vantagem estratégica: “o acesso direto às seguradoras, o que eleva nosso nível de atuação e diferencia nosso serviço no mercado”, comenta a corretora.

Na visão dela, o grande diferencial de atendimento está na diversidade de seguradoras e operadoras parceiras e na atuação abrangente em diversos ramos, como Auto, Vida, Viagem, Empresarial e Saúde. “Ter todas essas opções centralizadas em um único lugar não só facilita, mas também agiliza o atendimento, criando uma relação de confiança sólida entre nossa equipe e a assessoria. Embora o atendimento formal aconteça no horário comercial, de segunda



Pedro José Santana, sócio-proprietário da Excelsior Administradora e Corretora de Seguros

“Trabalhamos em parceria com assessoria para nos auxiliar no dia a dia e também na prospecção de negócios em virtude de ter um corpo técnico e comercial muito bem qualificado”



Com o suporte da assessoria, conseguimos otimizar nossos processos, oferecendo respostas rápidas e precisas aos clientes. Isso nos dá mais tempo para focar na prospecção de novos negócios e no fortalecimento do relacionamento com nossos clientes, o que tem um impacto direto na qualidade do nosso atendimento e nos resultados da corretora



Cássia de Oliveira Santos, da Fsantos Corretora de Seguros

a sexta-feira, já tivemos situações em que fomos atendidos fora desse horário, inclusive no fim de semana, com a conclusão de questões importantes logo após”, relata.

Carlos Lima, da Lima & Novais Consultoria e

Corretora de Seguros, atua como corretor desde 1997. Ele iniciou o trabalho com uma assessoria de seguros em meados dos anos 2000, quando iniciou a operação da Promax Corretora.

“Sempre fui um fiel defensor das assessorias de seguros em nosso mercado de corretores, pois, no meu entendimento, elas conseguem dar maior amplitude de aceitação e condição comercial para micro e pequenos corretores que também passam a ter uma atenção dedicada em determinadas companhias do mercado segurador”, destaca.

Para Lima, o maior diferencial do trabalho com as assessorias é a condição de aceitação proporcionada aos pequenos corretores, bem como uma maior agilidade nas informações sobre todas as condições comerciais e de solução de situações de sinistros que as assessorias fazem junto às seguradoras. “Temos atendimento dos comerciais em finais de semana para tirar dúvidas e obter orientações em caso de sinistros”, acrescenta.

UM GRANDE APOIO

É comum entre os corretores relatos de que só conseguiram fechar alguns negócios com o apoio de uma assessoria, devido, muitas vezes, à complexidade. Assim conta Pedro Santana: “tivemos situações em que não dominávamos totalmente a demanda e a assessoria auxiliou a fechar o negócio. Eu não conseguiria esse retorno com tanta agilidade de uma seguradora com a qual eu trabalhasse direto”.

Cássia conta que passou por uma situação bastante desafiadora, que foi crucial para o fechamento de um dos maiores contratos que a Fsantos Corretora tem hoje. “O cliente possuía algumas necessidades específicas e características que tornaram a aceitação da proposta um processo complexo. Nesse momento, a assessoria teve um papel fundamental. Eles não apenas estiveram presentes em reuniões estratégicas com o cliente, mas também mediarão de forma eficaz as conversas com as seguradoras, garantindo que todas as partes estivessem alinhadas. O apoio da assessoria foi decisivo para a resolução das particularidades do contrato e, consequentemente, para o sucesso da negociação”, conta.

“Certa vez, minha corretora estava com uma demanda de um seguro empresarial



Carlos Lima, da Lima & Novais Consultoria e Corretora de Seguros



Sempre fui um fiel defensor das assessorias de seguros em nosso mercado de corretores, pois, no meu entendimento, elas conseguem dar maior amplitude de aceitação e condição comercial para micro e pequenos corretores que também passam a ter uma atenção dedicada em determinadas companhias do mercado segurador

que tinha pouca oferta de seguros no mercado. Então entrei em contato com uma assessoria que era minha parceira de negócios e, através desta assessoria, consegui uma aceitação do risco para que eu pudesse ofertar ao meu cliente, conseguindo assim fechar o seguro e preservar minha condição de corretor junto à minha carteira de clientes”, depõe Carlos Lima.

CONTE COM UMA ASSESSORIA PARA TUDO

Sabemos que os desafios são muitos. Também sabemos que os desafios não param. Para cada desafio, lembre-se que você pode contar com o apoio de uma assessoria de seguros.

Conectamos corretores de seguros a seguradoras da melhor forma possível para, juntos, contribuímos com a disseminação da cultura do seguro em nossa sociedade.

Seguro, em toda a sua gama de proteções, é essencial na vida das pessoas, no gerenciamento de negócios e empresas e na concepção de uma sociedade sustentável.

Parabéns, corretor!

E não se esqueça: Surgiu um desafio? Conte com uma assessoria.

12 DE OUTUBRO
DIA DO CORRETOR
DE SEGUROS

ACONSEG SP



PARTICIPAÇÃO CONJUNTA NO CONEC SERÁ HISTÓRICA PARA AS ACONSEGS E SUAS AFILIADAS

Ascensão do movimento das Aconsegs do Brasil culmina em grande participação no Conec 2025, realizado pelo Sincor-SP, incentivado pela Aconseg-SP

A união e a força das Aconsegs do Brasil, representadas por Aconseg-SP, Aconseg-NNE, Aconseg-CO, Aconseg-RJ, Aconseg-MG e Aconseg-RS, chamam a atenção.

Juntas, elas somam 150 assessorias, que atendem a 47 mil corretores de se-

guros, representam mais de 40 seguradoras e operadoras de planos de saúde e totalizam cerca de R\$ 10 bilhões em prêmios anuais.

Toda essa potência estará reunida no Congresso de Corretores de Seguros – Conec, no final de setembro, no Distrito Anhembi, em São Paulo.

Com Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, à frente da iniciativa, a participação no evento é um marco na história das assessorias.

Segundo ele, a ideia de participar do Conec 2025 com um estande compartilhado surgiu em decorrência do próprio movimento de projeção de união das seis Aconsegs, iniciado em outubro de 2023. “Como participamos na edição passada do Conec, convidei todas as Aconsegs do Brasil para estarmos juntas. A adesão foi imediata. Estaremos juntos e unidos, fortalecendo as nossas marcas a nível nacional”, comenta Montenegro.

O presidente da Aconseg-SP lembra que o movimento de união das Aconsegs não implica na formação de uma associação nacional com regras padronizadas. “Não temos essa pretensão porque são regiões distintas. O Brasil é muito grande, com necessidades específicas. Existe um coleguismo, uma união, a participação e o propósito de fazermos essa marca crescer a nível nacional”.

ASSESSORIAS NO MERCADO

O presidente da Aconseg-SP destaca a grandiosidade das assessorias em todo o Brasil sob o guarda-chuva das Aconsegs.

“Não tem como não olhar para a distribuição de seguros e não observar a atuação das assessorias. É um caminho sem volta. Nós conseguimos entregar o atendimento que o corretor de seguros precisa e merece”.

De acordo com Montenegro, as empresas que entram atualmente no mercado procuram o braço das assessorias. “Não tem um dia que não recebamos um novo contato interessado em trabalhar com as assessorias, sejam as novas surgidas do sandbox ou as oriundas da regulamentação das associações de proteção veicular”, acrescenta.

“Hoje, as assessorias são o mais forte e o maior canal de distribuição de seguros no Brasil, justamente por conta da qualidade no atendimento ao corretor, capilaridade, ética e profissionalismo com as nossas parceiras seguradoras”.

CONEC 2025

O estande das Aconsegs tem tudo para ser um dos mais movimentados do Congresso. “Receberemos todos os nossos parceiros corretores e as companhias parceiras das Aconsegs. Teremos sorteios, distribuição de brindes e muito networking entre todos”.

Em 2023, a Aconseg-SP participou do Conec pela primeira vez com um estande, uma experiência que, segundo Montenegro simbolizou a primeira oportunidade de estar presente no evento que é um dos mais relevantes do mercado.

O estande das Aconsegs está localizado na entrada do Congresso, no principal acesso à Expogeg.



Da eq. p/ dir.: Juan Carlos Pereira, gerente de Operações do Sincor-SP, Ricardo Montenegro e Márcio Pires, diretor de Operações do Sincor-SP

“Hoje, as assessorias são o mais forte e o maior canal de distribuição de seguros no Brasil, justamente por conta da qualidade no atendimento ao corretor, capilaridade, ética e profissionalismo com as nossas parceiras seguradoras”

Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP

RUMO ÀS ESTRELAS



VOTE NA MAXPAR

✦ A EMPRESA QUE MAIS ✦
RESPEITA O CONSUMIDOR



Aproveite e vote também na
Autoglass, empresa 7x campeã
no Prêmio Reclame Aqui.

VOTE AGORA



NOVO SEGUROS E ACONSEGS SP, MG E NNE AMPLIAM CAPILARIDADE E RESULTADOS

Na Novo, as assessorias vão além da distribuição, pois são consideradas parceiras comerciais que impulsionam inovação, capilaridade e relacionamento com o corretor

Nascida no ambiente de inovação do Sandbox Regulatório da Susep, a Novo Seguros avança em seu plano de relacionamento com o mercado ao estruturar parcerias com as Aconsegs com foco em Aconseg-SP, Aconseg-MG e Aconseg-NNE (Norte e Nordeste). A iniciativa reforça a aposta em uma estrutura comercial horizontal, que valoriza o protagonismo das assessorias como pilar estratégico de crescimento.

Para a Novo Seguros, as assessorias vão além da distribuição. Elas são consideradas parceiras comerciais que impulsionam inovação, capilaridade e relacionamento com o corretor. “A assessoria não é apenas um canal. É uma parceira estratégica com total liberdade para atuar, formar corretores, gerar resultados e crescer junto com a gente”, reforça Rafael Mendonça, sócio-diretor da Novo Seguros.

Com as Aconsegs, a Novo avança de forma coordenada por praças prioritárias em São Paulo, Minas Gerais e Norte/Nordeste, somando a inteligência local das assessorias ao portfólio da companhia.

A capilaridade cresce porque as rotas comerciais e as agendas conjuntas colocam a equipe mais perto do corretor, encurtam o ciclo de oportunidade e ampliam a presença onde há demanda real. Na ponta, a conversão melhora: treinamentos contínuos de produto, sinistro e assistências alinham discurso e prática, enquanto materiais de venda padronizados reduzem ruído e dão previsibilidade ao atendimento.

A eficiência operacional também ganha fôlego. Processos objetivos da cotação à vistoria digital, da confirmação de pagamento à emissão de apólice encurtam prazos e dão visibilidade ao corretor sobre cada etapa.

No Portal do Segurado da Novo, o cliente acompanha apólice e boletos, e, quando necessário, a abertura e o acompanhamento de sinistro podem ser iniciados pelo Portal de Sinistro, com apoio da equipe da companhia em todo o percurso.

O acompanhamento por indicadores compartilhados orienta decisões semanais e permite corrigir rotas rapidamente. Por fim, o relacionamento sustentado por treinamentos dedicados às assessorias e canais diretos de suporte acelera a tomada de decisão e destrava negócios no dia a dia.

Ao mesmo tempo, a Novo Seguros reconhece o papel das Aconsegs como infraestrutura do mercado segurador: elas unem capilaridade comercial, formação contínua de corretores e governança de processos, um tripé que eleva a qualidade da venda e a experiência do cliente.



(da esq. p/ dir.) - Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP; Rafael Mendonça, sócio-diretor da Novo Seguros; Arthur Pessanha, CEO da Novo Seguros, e Paulo Kato, executivo da Revista Cobertura



(da esq. p/ dir.) - Rafael Mendonça, sócio diretor da Novo Seguros, e Djalma Ferraz, presidente da Aconseg-NNE

(da esq. p/ dir.) - Robson Augusto Carneiro, presidente da Aconseg-MG, e Rafael Mendonça, sócio diretor da Novo Seguros

A assessoria não é apenas um canal. É uma parceira estratégica com total liberdade para atuar, formar corretores, gerar resultados e crescer junto com a gente”

Rafael Mendonça, sócio-diretor da Novo Seguros

Com base nesses resultados, a companhia definiu como meta se aproximar e firmar novas parcerias com outras Aconsegs regionais em diferentes partes do Brasil incluindo Sul e Centro-Oeste para ampliar cobertura, acelerar a formação de rede e aprofundar o relacionamento com quem está na linha de frente com o cliente.

“As Aconsegs são um ativo do mercado segurador. Elas aceleram a curva de aprendizado do corretor, dão tração regional às companhias e elevam a qualidade da venda. Nossa estratégia é ampliar essa rede de parcerias em novas praças, com uma agenda permanente de formação e indicadores compartilhados para crescer junto além de criar um elo forte de representatividade das assessorias junto às Aconsegs, unindo voz e execução na ponta”, acrescenta Mendonça.

Ofereça uma nova geração
de seguros mais **sustentáveis**,
transparentes e que inovam com
soluções pensadas para os clientes.

Auto



Residência



Celular



Vida



Previdência



Zurich. A nova geração de seguros.

Conte com a nossa experiência
global de mais de 150 anos.

Procure um Gerente Comercial
ou saiba mais em zurich.com.br



Diretorias da Aconseg-SP e do Grupo HDI

GRUPO HDI ANUNCIA NOVIDADES PARA AS ASSESSORIAS

Intenção é ampliar a proximidade dos corretores das assessorias com as suas três marcas

O Grupo HDI repaginou a relação com as assessorias e, hoje, todo o portfólio de marcas - HDI Seguros, Yelum Seguradora e Aliro, além da empresa de assistência 24 horas Fácil Assist - está inserido nas parcerias.

Contudo, os corretores de seguros que trabalham com as assessorias têm performado melhor dentro do Grupo HDI. Esta foi a afirmação do CEO do Grupo HDI, Eduardo Dal Ri, durante o tradicional almoço realizado em julho pela Aconseg-SP no Terraço Itália.

"Para isso, contamos com um portfólio muito sólido de Automóvel. Nos tornamos uma das maiores empresas de Ramos Elementares, mas não somos tão reconhecidos. Hoje temos condições de fazer do seguro residencial ao seguro de uma grande e complexa indústria, que envolve responsabilidades civis e garantia. Temos que conversar muito para ver como entramos no dia a dia das assessorias, passando pelo Vida", destacou Dal Ri.

Segundo Marcos Machini, VP do Grupo HDI, mesmo com os avanços, a penetração da HDI nas assessorias ainda é pequena e a companhia tem como desafio entender como fazer chegar ao corretor das assessorias a relevância de trabalhar com três marcas.

Para o presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, é notória a transformação e respeitabilidade que as assessorias adquiriram dentro do Grupo HDI. "É importante entender o quanto a companhia tem se movimentado nesse sentido e o êxito do trabalho com as assessorias".

MERCADO ESTRATÉGICO

"Estamos o tempo todo tentando entender o que o mercado precisa para entregarmos em forma de produto. São Paulo é superestratégico para a HDI. Precisamos reforçar a nossa presença

Hoje temos condições de fazer do seguro residencial ao seguro de uma grande e complexa indústria, que envolve responsabilidades civis e garantia. Temos que conversar muito para ver como entramos no dia a dia das assessorias, passando pelo Vida "

Eduardo Dal Ri, CEO do Grupo HDI

em São Paulo para chegar onde queremos e não conseguimos isso sem vocês", comentou Rafael Ramalho, VP de Automóvel.

De acordo com Machini, há a intenção de criar um programa Cresça Assessoria similar ao programa que o Grupo possui como Cresça Corretor. No entanto, ele anunciou que as assessorias já estão inseridas nos programas de viagens para as campanhas Brasil e mundo. "Isso mostra que as assessorias estão inseridas no contexto da companhia por dentro, pelos processos e o quanto as consideramos para o crescimento das marcas do Grupo HDI", disse Machini.

Em São Paulo, as assessorias crescem mais do que o desempenho com os corretores que são atendidos de forma direta. "Isso mostra a resiliência das assessorias e o quanto temos que insistir", acrescentou o VP Comercial.

AVANÇO DO RE E DO VIDA

Igor Di Beo, vice-presidente do Grupo HDI, lembrou que quando ingressou na companhia há cerca de três anos, o Vida e RE representavam 7% do portfólio do Grupo HDI. "Hoje chegamos à representatividade de 32%. Parte desse sucesso se deve às assessorias. O produto de Vida está fazendo bastante sucesso nas assessorias".

Paul Canarin, diretor regional, destacou que a filial Assessorias SP foi a que mais cresceu no Vida no primeiro semestre no Grupo HDI.

A HDI possui uma filial dedicada ao atendimento das assessorias em São Paulo, cujo gerente é Itamar Henrique. "Ter uma filial dedicada às assessorias faz toda a diferença na nossa estratégia. Falamos a língua das assessorias".

Canarin anunciou também a criação de um portal exclusivo de gestão para as assessorias.

CONEXÃO
Mundo & Brasil

Embarque Liberado

Arrase nas vendas com a
Yelum, HDI e Aliro e garanta
sua viagem para 2026 na faixa
e com acompanhante:



Conexão Mundo



Conexão Brasil



E ainda prêmios de **R\$1.000** e
R\$1.500 no **Cartão Cresça Corretor!**



Fale com seu Executivo de Contas e vem pra **Campanha Conexão Mundo e Brasil 2025!**

CRESCA
Corretor

Yelum
seguradora

HDI
SEGUROS

Aliro
seguro

Campanha válida de 01/07/2025 a 31/12/2025 (com emissões até 31/01/2026)



Diretorias da Aconseg-SP e da Suhai

SUHAI INGRESSA EM NOVA FASE

Lançamento da cobertura abrangente, desempenho surpreendente com o produto para caminhões e o naming rights da arena Suhai Music Hall estão entre as novidades

Durante o tradicional almoço da Aconseg-SP, realizado em agosto, no Terraço Itália, a diretoria da Suhai Seguradora falou sobre as novidades e as melhorias implementadas. “Estamos aqui para aumentar cada vez mais a parceria com a Aconseg-SP. Vocês são o nosso principal canal de vendas. Esse é só o começo”, destacou o CEO da Suhai, Fernando Soares.

Após 12 anos do lançamento da cobertura de RCF, a Suhai apresenta ao mercado a cobertura de perda parcial.

“O seguro de automóvel é extremamente difícil de ser feito, com muita questão operacional. Estamos preparados e temos uma oportunidade gigantesca de trabalhar juntos a perda parcial para trazer pessoas novas para o seguro”, destacou Soares.

ESTRUTURA DE ATENDIMENTO

“Estamos contentes com a nova fase da Suhai. Estamos organizando toda a estrutura de atendimento para que tenha um crescimento sustentável. Temos oportunidade de dar um avanço rápido no crescimento da empresa e vocês vão vir junto conosco”, disse Jorge Martinez, diretor da Suhai.

A Suhai projeta encerrar 2025 com 1,2 milhão de clientes ativos. “Neste ano devemos pagar 60 mil sinistros em um total de R\$ 1 bilhão. As reclamações vêm caindo e os clientes e os sinistros vêm subindo. Isso mostra a qualidade e a eficiência que estamos desenvolvendo no processo”, comentou Beto Rubim, diretor de Operações da Suhai.

A seguradora tem investido pesado em tecnologia. Inclusive, a Genesys Cloud é a nova plataforma de gerenciamento de apólices e sinistros.

“Estamos aqui para aumentar cada vez mais a parceria com a Aconseg-SP. Vocês são o nosso principal canal de vendas. Esse é só o começo”

Fernando Soares, CEO da Suhai



“Estamos mudando o jeito de trabalhar as informações que temos e como controlamos tudo isso. Com o cliente no centro, tudo que está ao redor dele está integrado na plataforma (redes sociais, WhatsApp, telefone, chat). É o que chamamos de omni-channel. Isso dá uma visão de 360 graus dos clientes e tudo isso está no mesmo lugar. Isso proporciona respostas mais rápidas e uma jornada mais fluida dentro da companhia”, destacou Rubim.

Segundo ele, a seguradora também está colocando a inteligência artificial (IA) conectada com o banco de dados para fazer sugestão de respostas ao atendente. “Isso é um avanço muito grande. Estamos conduzindo com muita cautela e vai nos dar um pulo de qualidade”, pontuou o diretor de Operações.

CRESCIMENTO

“A Suhai cresceu 14% em apólices e 13% em prêmio de janeiro a julho. Nós crescemos três vezes o tamanho do mercado todos os meses. Estamos trazendo novos segurados para o mercado”, ressaltou Eduardo Grillo, diretor executivo comercial.

Outra novidade foi o resultado da operação de seguro para caminhões que é conduzida por Robson Tricarico. “Olhamos para o caminhão como grande oportunidade. Fazemos a oferta de acordo com a necessidade do cliente. Em um ano, tivemos 35% da base de crescimento na operação de caminhões”.

“Construímos essa narrativa juntos e a parte importante de provocar vocês para olhar para o futuro é a construção de um crescimento ainda mais sustentável, que é a evolução da carteira dos corretores”, comentou Paulo Vilches, superintendente comercial responsável pelo canal assessorias da Suhai.



**todo
mundo
seguro**

SEJA UM CORRETOR AUTORIZADO

Todo corretor vendendo!

A Suhai Seguradora é a escolha inteligente pra quem quer proteger o veículo e pra você que busca expandir sua carteira.

Acesse:



suhaiseguradora.com



Diretorias da Aconseg-SP e da Tokio Marine

ASSESSORIAS TÊM A MISSÃO DE ACELERAR A DIVERSIFICAÇÃO DE PRODUTOS NOS CORRETORES

Em almoço da Aconseg-SP, executivos da Tokio Marine ressaltaram a importância de as assessorias focarem no empreendedorismo

Estar atento aos movimentos do mercado é algo importante. Diante de uma competitividade acirrada no ramo Auto, é salutar lembrar a existência de outros ramos para a sustentabilidade do negócio. A máxima vale para seguradoras, assessorias e corretores de seguros.

Durante o tradicional almoço da Aconseg-SP realizado no Terraço Itália (SP), no início de setembro, a Tokio Marine, que conta com 110 assessorias em todo o Brasil, possui oito diretorias regionais, 68 unidades de negócios, mais de 90 produtos e 120 serviços, reforçou a aposta na diversificação.

"Queremos mostrar ao corretor que ele não precisa procurar fora da companhia. Somos uma companhia multiproduto e trabalhamos muito forte com os nossos especialistas. Temos investido bastante nas campanhas, ativações e estimulação da produção, e aquisição dos produtos com os clientes", enfatizou o diretor Comercial Nacional Varejo e Vida da Tokio Marine, Marcos Kobayashi.

William Carvalho, que assumiu como gestor na sucursal Assessorias da Tokio Marine há cerca de três anos, falou sobre a relevância do canal dentro da companhia.

"A diversificação é um desafio que nós temos. Precisamos acelerar a diversificação com as assessorias. Nosso papel é acreditar, estar com vocês, investir e apoiá-los para o que for preciso para o nosso crescimento e desenvolvimento. Se vocês crescem, nós crescemos também", ressaltou Carvalho.

Para reforçar o apoio à diversificação e atendimento às assessorias, Walter Ferreira de Sousa assumiu recentemente como gerente Comercial PJ da Sucursal Assessorias São Paulo, e atu-

Temos muitos desafios e é importante ouvir as assessorias sobre o que precisamos desenvolver"

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine

ará focado em Transporte, Empresarial, RC, Riscos de Engenharia e Equipamentos.

"O atendimento às assessorias com especialistas é outro tema muito forte. Desde 2014, quando criamos a área de Vida da Tokio Marine, investimos cada vez mais olho no olho. A consultoria é um trabalho importante porque sabemos que boa parte dos corretores não tem expertise para atuar em determinadas carteiras", comentou Kobayashi.

Segundo o diretor comercial, a companhia fechou o mês de junho de 2025 com R\$ 14,1 bilhões, dos quais R\$ 9,997 bilhões são provenientes da área de varejo. Deste valor, R\$ 2,1 bilhões são oriundos do canal assessorias, cujo desempenho cresce acima da performance da companhia. Hoje, a produção das assessorias em São Paulo equivale a 40% da produção total das assessorias na Tokio Marine.

Julio Sato, diretor comercial SP interior da Tokio Marine, assinalou que a produção das assessorias do interior representa 18% da região. "Temos conseguido crescer no PJ, Massificados, Vida e Frotas".

MERCADO

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine, falou sobre o cenário econômico no Brasil e os desafios para 2026, que será um ano de eleições. "Temos muitos desafios e é importante ouvir as assessorias sobre o que precisamos desenvolver".

Diante das incertezas, Ferrara destacou que as assessorias precisam continuar investindo no empreendedorismo e chamou a atenção para a atuação no ramo empresarial, inclusive nas pequenas e médias empresas.

Alexsandro Priuli, diretor Comercial Varejo SP Capital da Tokio, sugeriu às assessorias que conversem com os corretores, que façam a oferta de produtos empresariais e também parcerias com comércios, como barbearias e mercados.

Sobre a entrada de novas empresas no mercado, como as Associações de Proteção Mutualista, o presidente da Tokio apontou que a concorrência é boa desde que seja simétrica e justa para todos. "Queremos que o bolo securitário cresça. Temos uma média de 500 novos corretores tirando Susep por mês. Muitos desses corretores podem ser abraçados pelas assessorias", indicou Ferrara.



Temos uma super novidade para você, Corretor de Seguro.

ituran
CONNECTMAIS

um produto exclusivo para você, oferecer aos seus clientes que já possuem um seguro auto.



O que é o Ituran Connect Mais?

É monitoramento, conectividade e funcionalidades via app para seu segurado, ter seu veículo na palma da mão. Além de contar com o serviço de recuperação, essa novidade faz **seu segurado se sentir mais seguro e se conectar com o que realmente importa:**



**SUA SEGURANÇA.
SEU VEÍCULO.
SUA FAMÍLIA.**

É MAIS CONECTIVIDADE
para seus segurados e
MAIS RENTABILIDADE para você.



*Leia o QR Code
e saiba mais!*

O QUE MUDA NA REGULAÇÃO E LIQUIDAÇÃO DE SINISTROS COM A LEI 15.040/24?*

Confira alguns aspectos importantes relacionados à regulação e liquidação de sinistros, de acordo com a lei de contrato de seguros, 15.040/2024, que entrará em vigor em 11 de dezembro deste ano.

Artigo 77 | parágrafo único - A seguradora deverá adequar suas provisões e efetuar, em favor do segurado ou beneficiários, em no máximo 30 dias, adiantamentos por conta do pagamento final.

Artigo 86 | A seguradora terá o prazo máximo de trinta dias para manifestar-se sobre a cobertura, sob pena de decair do direito de recusá-la, contado da data de apresentação da reclamação ou do aviso do sinistro pelo interessado, acompanhados de todos os elementos necessários à decisão a respeito da existência de cobertura.

Parágrafo 3º | Solicitados documentos complementares dentro do prazo estabelecido no caput, o prazo para a manifestação sobre a cobertura suspende-se por no máximo duas vezes, recomeçando a correr no primeiro dia útil subsequente àquele em que for atendida a solicitação.

Parágrafo 4º | O prazo estabelecido no caput só pode ser suspenso uma vez nos sinistros relacionados a seguros de veículos automotores e em todos os demais seguros em que a importância segurada não exceda o correspondente a 500 vezes o salário mínimo vigente.

Artigo 87 | reconhecida a cobertura, a seguradora terá o prazo máximo de trinta dias para pagar a indenização ou o capital estipulado.

Artigo 88 | A mora da seguradora fará incidir multa de 2% sobre o montante devido, corrigido monetariamente, sem prejuízo dos juros legais e da responsabilidade por perdas e danos desde a data em que a indenização ou o capital segurado deveriam ter sido pagos, conforme disposto nos artigos 86 e 87.

*Fonte: A própria lei publicada em livro pelo Instituto Brasileiro de Direito do Seguro (IBDS), com apoio da Roncarrati Editora e patrocinado pelo escritório Ernesto Tizirulnik.



GRUPO HDI DEMONSTRA A IMPORTÂNCIA DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS



Um levantamento da consultoria PwC aponta que 82% das empresas brasileiras de capital aberto já incluíram metas de sustentabilidade em seus relatórios. Essas ações mostram que o compromisso com a sustentabilidade tem sido integrado à estratégia de negócio para impulsionar a inovação e criar um impacto positivo duradouro.

Em seguros, o Grupo HDI é um exemplo com uma área dedicada às práticas sustentáveis desde 2024. Por meio do primeiro Relatório Anual de Sustentabilidade, a empresa detalhou as ações do Grupo HDI, Santander Auto e HDI Global, reforçando seu compromisso.

Segundo Daniel Mello, diretor de Transformação do Grupo HDI, os relatórios mostram transparência e a evolução contínua das práticas ambientais, sociais e de governança da companhia. Além de atender às exigências regulatórias, os documentos incorporaram elementos de padrões internacionais, como o GRI e o CSRD, alinhados às melhores práticas globais.

As prioridades ESG do grupo estão organizadas em três eixos principais:

- **Ambiental** | Foco em inovação para enfrentar as mudanças climáticas e reduzir o impacto das operações;
- **Social** | Investimento na formação de profissionais do mercado de seguros, promovendo inclusão e desenvolvimento;
- **Governança** | Fortalecimento da agenda de sustentabilidade para garantir conformidade e transparência.

Já na área social, o grupo estruturou uma estratégia de investimento social privado que impulsionou iniciativas de formação profissional, saúde, esporte e cultura. "Só entre 2024 e 2025, mais de 46 mil pessoas foram impactadas direta e indiretamente por meio de um investimento superior a R\$ 26 milhões", revela Daniel Mello.

No campo ambiental, a seguradora publicou inventários de emissões de gases de efeito estufa (GEE) e estabeleceu a meta de reduzir essas emissões em 30% até 2030. Os relatórios foram publicados no Registro Público de Emissões do GHG Protocol, a metodologia mais reconhecida internacionalmente, e receberam o Selo Ouro da ABNT por três anos consecutivos.

São 120 anos cuidando dos nossos clientes.

Já pensou em fazer parte de uma história de 120 anos que traz segurança para o carro, o lar, os negócios e o futuro de milhares de famílias? Pois é, nós queremos compartilhar novos capítulos com você.

Allianz. Há 120 anos, você pronto para viver o melhor.

Para conhecer todos os produtos, fale com seu atendimento comercial ou siga nossas redes:



@allianzcorretor



/allianzcorretor



/allianzbrasil

Montenegro compõe mesa em almoço do CCS-SP



O presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, participou do almoço realizado pelo Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), que recebeu os executivos da Porto Seguro, no início de setembro. Foi a primeira ocasião em que um presidente da Aconseg-SP compôs a mesa.

Assessorias em evento da MAPFRE



A MAPFRE reuniu as assessorias parceiras no interior de São Paulo em um evento em Campinas para a apresentação do novo diretor, Leonardo Marins.

Aconseg-SP no "MAPFRE +Corretor Sustentável"



Da esq. p/dir: Ricardo Montenegro (centro) com Leonardo Marins, Oscar Celada, Fátima Lima e Felipe Barboza (MAPFRE)

Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, participou do lançamento do programa "MAPFRE +Corretor Sustentável", uma iniciativa pioneira que vai trazer o corretor de seguros para o centro de sua estratégia de sustentabilidade, para gerar valor compartilhado.

Homenagem da Revista Apólice



Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, representou a Associação no evento de celebração dos 30 anos da Revista Apólice. Ele recebeu a homenagem com Enir Junker, presidente da Aconseg Centro-Oeste, e Djalma Ferraz, presidente da Aconseg-NNE.

Ricardo Montenegro prestigia encontro da Aconseg-NNE

O presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, participou do I Encontro da Aconseg-NNE, realizado agosto, no JCPM Trade Center, em Recife (PE), que reuniu assessorias associadas, seguradoras, corretores e lideranças do setor.

"O nível de maturidade conquistado pela Aconseg-NNE é impressionante. Todos estão de parabéns pela qualidade do debate proposto. É uma prova de quanto nós, Aconsegs, compomos o mercado para amplificar o debate sobre a disseminação da cultura do seguro. O evento também foi gratificante por encontrar nossos parceiros", comenta Montenegro.



Diretoria da Aconseg-NNE



Fábio Morita, diretor da Allianz



Karine Brandão, diretora da MAPFRE



Eduardo Grillo, diretor e demais executivos da Suhai



Carlos Valle, presidente do Sincor-PE

Capa da edição 70

Marcelo Mello, CEO da SulAmérica Vida, Previdência e Investimentos, recebeu Ricardo Montenegro e Marcos Holanda, respectivamente presidente e presidente do Conselho da Aconseg-SP, na sede da companhia em São Paulo.



BARE com as assessorias de SP



As assessorias associadas à Aconseg-SP participaram do “Bare com você”, organizado pela Bradesco Auto/RE. O evento reuniu as assessorias parceiras na sede da seguradora no Rio de Janeiro, em agosto.

Almoço do CCS-SP com Anderson Mundim



Álvaro Fonseca (CCS-SP), Ricardo Montenegro (Aconseg-SP), Anderson Mundim (CVG-SP) e Boris Ber (Sineor-SP)

O presidente do CVG-SP, Anderson Mundim, foi o convidado do almoço-palestra realizado pelo Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) em agosto, no Terraço Itália. O almoço foi prestigiado pelo presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro.

VP da Aconseg-SP participa de mesa redonda do CVG-SP com entidades paulistas



O CVG-SP realizou, de forma inédita em agosto, no Teatro Fecap, uma mesa-redonda com lideranças dos corretores de seguros em que os “Desafios da distribuição de seguros de vida” foram debatidos. A Aconseg-SP foi representada pelo vice-presidente, Milton Ferreira.

Segundo Ferreira, a necessidade de ser consultivo é essencial para vender seguros de Vida e fazer as pessoas entenderem que ele é atemporal. “Devido à nossa cultura do ‘isso nunca acontecerá comigo’ e a negação à morte, o corretor precisa não só vender o seguro de Vida, mas apresentar os benefícios dele ao seu cliente e derrubar tanto a barreira emocional quanto a do valor, muitas vezes considerado caro”, disse.

Ele acrescentou que o evento foi interessante por apresentar várias reflexões e proporcionar a todos saírem diferentes da forma como chegaram.

ACONSEG-SP CONECTA



Novo Seguros

Rafael Mendonça, sócio-diretor da Novo Seguros, participou de uma reunião estratégica com as associadas da Aconseg-SP, em setembro.

Darwin Seguros

Geniomar Pereira, diretor comercial da Darwin Seguros, foi recebido pelas assessorias da Aconseg-SP, em agosto.

Grupo NotreDame Intermédica

Estevão Cardoso, gerente sênior do Grupo NotreDame Intermédica (GNDI), participou do encontro com as assessorias da Aconseg-SP, em agosto.



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

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

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) 99685-8095 @ 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 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 | 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

Intercor | José Scaleo | scaleojr@hotmail.com
(11) 4525-7790 @ intercorseguros

Labour | Margaret Tymus | www.labourseguros.com.br
diretoria@labourseguros.com.br | cinthya@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@sanassessoria.com.br | (19) 3255-6702 @ sanzassessoria

Valor-Ação | Jorge Teixeira | www.valoracaoseguros.com.br

orget.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.assessoria

WL | Wilson Lima

wilsonlima@wlseguros.com.br

(11) 99659-7017 @ wlseguros_br

**SIGA ACONSEG-SP
NAS REDES SOCIAIS**



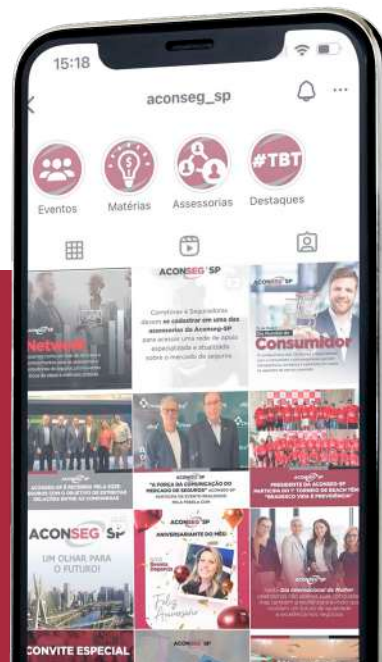
@aconseg_sp



Aconsegsp



aconseg-sp





Seguro auto
é uma coisa.

**Seguro
Auto
EZZE**
é muito
mais.



- Atendimento via WhatsApp e ChatWeb
- Proteção completa
- Maior flexibilidade
- Assistência 24h



EZZE 
SEGURO AUTO

Entrega
mais do que
você espera.



www.ezzeseguros.com.br



@ezze-seguros

ESTÁ NO AR A CAMPANHA **TOKIO ACELERA!**



A campanha que turбина seus resultados já começou. Com a Tokio Acelera, vender Auto Individual rende muito mais!

Por que participar?



As vantagens certas para você acelerar
Não há ranking: todos têm a mesma chance de ganhar!

Apuração mensal: você não precisa esperar o final da campanha para receber. Seu pagamento será mensal, de acordo com a sua produção.

Conheça a Fórmula do Acelerar:

O QUE VOCÊ PRECISA FAZER:

Meta
% Crescimento

+

Prêmio Emitido
Líquido Mínimo

E O QUE VOCÊ GANHA:

1% do total do Prêmio Emitido Líquido

ou

Comissão extra mínima

O VALOR MAIS VANTAJOSO ENTRE OS DOIS.

Bora acelerar, Corretor!

Acesse o Portal do Corretor em tokiomarine.com.br, veja o regulamento e acompanhe seu desempenho.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA