

ANO 17 • NÚMERO 72 • OUT/NOV/DEZ DE 2025

ACONSEG SP



EXPERIÊNCIAS ÁGEIS E COMPLETAS

100% focado no Brasil e líder na América Latina, Grupo Bradesco Seguros transcende a sua missão de proteger brasileiros

*Ivan Contijo, presidente do
Grupo Bradesco Seguros*

ENTENDA E PRATIQUE A VENDA CRUZADA

Cross-selling não é estratégia de crescimento, mas sim de sobrevivência em um mercado em transformação

DEFESAFIOS DO SETOR

Busca por soluções mais personalizadas alinhadas às novas dinâmicas de consumo e à tecnologia devem prevalecer em 2026

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 VIA BROKERTECH E ENVIE PARA SEU CLIENTE.



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

**DE PEQUENA A GRANDE EMPRESA,
A TOKIO RESOLVE.**

Para mais informações, fale com
seu Gerente Comercial.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIÂNCIA



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: projetospeciais@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.

SEGUIMOS PARA A PRÓXIMA ETAPA DA MISSÃO

Chegamos ao fim de mais um ciclo com o propósito da renovação. Ao mesmo tempo em que 2025 vai se despedindo, nossa diretoria conclui um mandato e se prepara para a segunda gestão em 2026.

Trabalhamos intensamente nos últimos dois anos e nosso ritmo não será diferente nos próximos anos. Afinal, o grande papel das assessorias é melhorar a performance do corretor e a Aconseg-SP tem como propósito contribuir nessa missão.

No próximo ano teremos muitas novidades. Iremos começar as nossas principais ações de 2026 com a divulgação do décimo Relatório da Aconseg-SP.

Em nosso tradicional almoço, o presidente do maior grupo segurador da América Latina, Bradesco Seguros, Ivan Gontijo (foto 1), recebeu nossa homenagem e exaltou a importância do mercado paulista e a intenção de ampliar a parceria com mais assessorias em São Paulo.

Inclusive, é ele quem ilustra a capa da nossa última edição de 2025 exaltando a aposta no mercado paulista e a parceria com as assessorias.

Também em nosso almoço reconhecemos o planejamento minucioso da Allianz que culminou no aprimoramento do trabalho em parceria com as assessorias em seguros. As transformações renderam uma homenagem ao seu CEO Eduard Folch Rue (foto 2).

A nossa primeira missão foi cumprida e seguimos para a próxima. Juntos, sempre seremos mais fortes e iremos alçar voos até então considerados impossíveis. Pensando nisso, trouxemos uma matéria nesta edição que retrata que a venda cruzada é uma estratégia de sobrevivência e relevância para o corretor de seguros.

Recomendamos a todos que entendam e pratiquem o cross-selling, mesmo que seja um pouco a cada dia. Aos poucos, o resultado aparecerá. Outro ponto importante é acompanhar as tendências e os movimentos do nosso mercado, que está em constante transformação.

Oportunidades e desafios fazem parte do nosso presente e não será diferente no nosso futuro. Estaremos aqui para dar-lhes a cobertura necessária. Vamos juntos!

Grande abraço e até 2026!



Ricardo Montenegro
Presidente da Aconseg-SP

CONEXÃO CADA VEZ MAIS PRÓXIMA COM AS ASSESSORIAS

Grupo Bradesco Seguros alia eficiência com proximidade, entrega experiências cada vez mais ágeis e completas e foca nas parcerias para ampliar alcance da proteção securitária



Ivan Gontijo, presidente do
Grupo Bradesco Seguros

Neste ano, o Grupo Bradesco Seguros transferiu a sua sede de Alphaville, em Barueri, para a Avenida Paulista, em São Paulo. Com isso, as instalações da companhia têm mais fácil acesso aos parceiros e, inclusive, conta com um novo espaço de apoio ao corretor.

"O objetivo é claro: seguir ampliando nossa operação com eficiência, diálogo e apoio permanente à distribuição", destaca o presidente do Grupo Bradesco Seguros, Ivan Gontijo.

A nova sede no coração da capital é reflexo do reforço da presença da companhia em São Paulo. "São Paulo representa uma grande parcela da nossa receita, e isso por si só já traduz a força do mercado paulista. Mas, mais do que números, o que vemos é um ambiente com alto potencial de expansão".

Nesse sentido, a seguradora reconhece a atuação das assessorias como essencial para ampliar a capilaridade da sua distribuição e garantir que a proteção securitária chegue a mais famílias e empresas. "Temos observado uma evolução significativa nessa parceria ao longo dos anos. São Paulo representa um mercado estratégico, e essa conexão próxima com as assessorias tem sido decisiva para que possamos avançar com consistência e presença em todas as regiões do estado".

Ele lembra que as assessorias desempenham um papel estratégico para a distribuição do seguro, ao viabilizarem estrutura e capilaridade em um mercado tão relevante como o de São Paulo. "A ampliação dessa parceria passa pelo fortalecimento da relação de proximidade, pela escuta ativa e pela valorização constante dos profissionais envolvidos. Encontros presenciais, como os realizados com a Aconseg-SP, têm sido essenciais para alinhar estratégias, entender as necessidades do canal e construir, de



Temos observado uma evolução significativa nessa parceria ao longo dos anos. São Paulo representa um mercado estratégico, e essa conexão próxima com as assessorias tem sido decisiva para que possamos avançar com consistência e presença em todas as regiões do estado”

Ivan Gontijo, presidente do Grupo Bradesco Seguros

forma conjunta, soluções que gerem valor para toda a cadeia. O compromisso é seguir lado a lado, fomentando oportunidades que contribuam para o crescimento sustentável do setor”.

Já o fortalecimento da relação com os corretores tem sido uma das prioridades do Grupo. Entre as iniciativas voltadas a esse público, também são destaques a escuta ativa por meio de encontros presenciais, além da criação do espaço exclusivo na nova sede da companhia.

“Essas ações refletem o compromisso com uma atuação cada vez mais próxima e alinhada com as necessidades dos profissionais que estão na linha de frente. Acreditamos que o relacionamento sólido e permanente com corretores e assessorias é essencial para ampliar o alcance da proteção securitária e oferecer experiências cada vez mais relevantes à sociedade”.

INVESTIMENTOS PARA AVANÇAR

O presidente conta que a companhia identificou frentes com potencial relevante de crescimento, especialmente em função das mudanças no perfil do consumidor e da aplicação estratégica de tecnologia. “No segmento de Saúde, temos priorizado jornadas mais digitais, integradas e orientadas à humanização do atendimento. Em Riscos Cibernéticos, a demanda por proteção tem aumentado, acompanhando o avanço da digitalização nas empresas, especialmente entre pequenas e médias”.

Já em Ramos Elementares, de acordo com ele, os investimentos em dados e automação têm impulsionado ganhos em agilidade e personalização das coberturas. “Esses movimentos refletem o compromisso com a inovação contínua e com a entrega de soluções mais eficientes e alinhadas às novas exigências do mercado”.

Segundo ele, o avanço tecnológico é um dos pilares da atuação da Bradesco Seguros. “Ao longo dos últimos anos, temos investido um montante de cerca de R\$ 1 bilhão, ao ano, em tecnologia e inovação, com foco em soluções que facilitam o dia a dia dos corretores e clientes. Um exemplo é o aplicativo exclusivo para corretores, que concentra funcionalidades como esteira digital, simuladores e assinatura eletrônica”.

A companhia também tem promovido a capacitação contínua com foco na digitalização da jornada, por meio de iniciativas como a Academia de Vendas e a plataforma Universeg. “Nosso compromisso é combinar eficiência com proximidade, entregando experiências cada vez mais ágeis e completas”.

O MAIOR GRUPO DA AMÉRICA LATINA

O Grupo segurador foi reconhecido, segundo estudo da Fundación Mapfre, como o maior da América Latina com capital e atuação 100% nacional.

“Esse reconhecimento reforça o papel do Grupo Bradesco Seguros como uma companhia de grande relevância para o setor na região, ainda que 100% do nosso negócio seja focado no Brasil. A posição de liderança, destacada, reflete a consistência da estratégia adotada, a confiança do mercado e a contribuição efetiva para o desenvolvimento do seguro. É um resultado que também valoriza o compromisso com a inovação, a proximidade com os clientes e a excelência operacional que orienta a nossa atuação”, comemora o presidente.

O lucro líquido da Bradesco Seguros no acumulado do ano alcançou R\$ 7,3 bilhões, com crescimento de 11,4% em relação ao mesmo período de 2024. “A evolução do resultado industrial, aliada à eficiência financeira, contribuiu para esse avanço consistente, trazendo uma perspectiva positiva para o encerramento do exercício. Seguimos com foco em ampliar a geração de valor por meio de um portfólio diversificado, inovação contínua e compromisso com a excelência operacional”, comenta Gontijo, para quem os números registrados até setembro de 2025 refletem a solidez e o bom desempenho das operações do grupo.

Segundo ele, a ampliação da cultura de proteção no país tem sido uma prioridade estratégica. “O faturamento do setor segurador representa atualmente cerca de 6% do PIB nacional e há a ambição de alcançar a marca de 10%. Para isso, o Grupo Bradesco Seguros tem atuado com foco na capilaridade da distribuição, na valorização do papel dos corretores e assessorias, no fortalecimento das relações de proximidade com os clientes e em campanhas de comunicação que reforcem a importância do seguro no

dia a dia do brasileiro. Trata-se de uma jornada coletiva, que demanda ações integradas de conscientização, educação e oferta de soluções acessíveis em todo o território nacional”, conclui.

Neste ano, o Grupo Bradesco Seguros foi uma das companhias empoderadoras da Casa do Seguro durante a COP30 realizada em novembro deste ano, em Belém (PA).

“A presença do setor segurador na COP30, por meio da Casa do Seguro, foi um marco importante. Representou uma oportunidade de posicionar o seguro como agente estratégico na agenda de sustentabilidade e adaptação climática. Foi um espaço de diálogo com a sociedade, com os formuladores de políticas e com o mercado, mostrando que o setor tem responsabilidade e capacidade de contribuir para um futuro mais resiliente e sustentável. Para o Grupo Bradesco Seguros, participar dessa iniciativa reforça nosso compromisso com práticas responsáveis e com a ampliação da cultura de proteção no país”.



SEGURADORAS SEGUEM COM PROpósito DA EXPANSÃO SUSTENTÁVEL

Atuação conjunta com as assessorias amplia o alcance da proteção securitária na sociedade e segue como foco em 2026

AConfederação Nacional das Seguradoras (CNseg) estima que o setor segurador brasileiro deverá crescer 8% em 2026. A estimativa considera todos os segmentos, exceto a previdência aberta,

que ainda não dispõe de parâmetros suficientes para cálculo em razão da mensuração do IOF.

Fato é que, independente do desempenho projetado para o setor, as companhias têm desafios e oportunidades e seguirão com suas ações para aprimorar a jornada dos corretores de seguros e dos clientes, tendo as assessorias em seguros como aliadas, conforme apurou a redação da *Revista da Aconseg-SP*.

A Tokio Marine tem registrado resultados positivos consistentes nos últimos anos e, em 2025, não será diferente. Para 2026, Alexsandro Priuli, diretor Comercial Regional SP Capital da Tokio Marine, o mercado de seguros deve continuar buscando por soluções capazes de atender à crescente demanda por produtos e serviços mais personalizados, alinhados às novas dinâmicas de consumo e à tecnologia, que passa a permear de forma cada vez mais profunda todas as relações.

“No que tange à Tokio Marine, para 2026,

nossa estratégia de negócios seguirá ancorada no plano Tokio Transforma, cujos objetivos são excelência em serviços; crescimento sustentável; produtividade e eficiência; inovação e tecnologia; trabalho em equipe e ESG (Environmental, Social e Governance)”.

Em sua visão, o setor de seguros vive um período de intensas transformações, marcado por desafios regulatórios, mudanças no comportamento do consumidor e maior



Os corretores e as assessorias desempenham papéis essenciais, transformando necessidades em proteção concreta para o cliente. Essa parceria é estratégica para garantir que nossas ações acompanhem essas mudanças, construindo um mercado preparado para os desafios do futuro”



Alexsandro Priuli, diretor Comercial Regional SP Capital da Tokio Marine

complexidade das variáveis econômicas e climáticas. "Encaramos esse cenário não apenas como obstáculos, mas como oportunidades para inovar e fortalecer nosso posicionamento. Por isso, temos direcionado esforços para diversificar o portfólio, identificar nichos emergentes e lançar soluções que atendam às novas demandas do mercado, sempre com uma visão de longo prazo para consolidar um setor mais forte e resiliente".

Priuli analisa que, no Brasil, ampliar a oferta vai além de criar produtos: exige compreender especificidades regionais, adaptar coberturas e entregar soluções relevantes para diferentes perfis. "Nesse contexto, os corretores e as assessorias desempenham papéis essenciais, transformando necessidades em proteção concreta para o cliente. Essa parceria é estratégica para garantir que nossas ações acompanhem essas mudanças, construindo um mercado preparado para os desafios do futuro".

CRESCIMENTO, QUALIDADE E PROXIMIDADE

Para Eduardo Grillo, diretor executivo comercial da Suhai Seguradora, 2025 fica marcado por ser um ano de crescimento acelerado e muito consistente. "Encerramos o ano reforçando nossa presença em todas as regiões do país e ampliando significativamente nossa base de clientes e parceiros comerciais. Esse resultado é fruto de um trabalho contínuo de melhoria de processos, investimento em tecnologia e fortalecimento da nossa proposta de valor: oferecer um seguro simples, acessível e que realmente resolve a dor de quem tem dificuldade de contratar nas seguradoras tradicionais".

Nesse contexto, as assessorias tiveram um papel fundamental, pois ampliaram a capilaridade, qualificaram a operação comercial e fortaleceram o relacionamento com os corretores. "Em 2025 intensificamos a proximidade com as assessorias, escutando suas demandas e aprimorando as ferramentas tecnológicas que tornam seu dia a dia mais ágil, simples e produtivo. Essa construção conjunta explica grande parte dos resultados que conquistamos neste ano".

Para 2026, a Suhai projeta um ciclo ainda mais robusto e continuará investindo

fortemente em tecnologia para apoiar os parceiros desde a cotação até o pós-venda, ampliando integrações, simplificando jornadas e garantindo velocidade nas respostas. "Também seguiremos expandindo nossa atuação nacional e aprimorando o portfólio para trazer novas oportunidades para corretores e assessorias. O objetivo é crescer de forma responsável, sustentável e sempre muito próxima da ponta".

De acordo com Grillo, o maior desafio será equilibrar esse ritmo de crescimento com a manutenção da qualidade e da proximidade que sempre fizeram parte da nossa cultura. "Em um mercado em transformação, escalear sem perder eficiência exige disciplina, investimentos e muita atenção à experiência do parceiro. Estamos preparados para isso e confiantes de que 2026 será um ano ainda mais positivo para a Suhai e para todo o nosso canal de distribuição".

ROBUSTEZ DAS OPERAÇÕES

Conforme o presidente Ivan Gontijo, o Grupo Bradesco Seguros apresentou, no terceiro trimestre do ano, resultados que refletem uma trajetória crescente, positiva e consistente. "A performance da companhia ao longo do ano confirma a robustez das operações, com avanços relevantes em diferentes frentes de negócios".

Segundo ele, as assessorias têm sido parceiras estratégicas na consolidação dos resultados do grupo. "Em 2025, contribuíram de forma direta para a ampliação da nossa capacidade de atuação, promovendo eficiência na distribuição e fortalecendo o relacionamento com os corretores em diferentes regiões do país. Além da capilaridade, trouxeram inteligência de mercado, proximidade com os clientes e agilidade na operação – elementos decisivos em um cenário cada vez mais dinâmico e competitivo", define.

A estratégia do grupo para o próximo ano privilegia o fortalecimento e a expansão da rede de cobertura proporcionada pelo seguro de forma regionalizada.

Essa estratégia, de acordo com Gontijo, prevê, ainda, a ampliação do cross-selling, que ganha outra dimensão em um grupo com atuação multilinha, no que diz respeito à oferta de soluções completas para os



Eduardo Grillo, diretor executivo comercial da Suhai Seguradora



Seguiremos expandindo nossa atuação nacional e aprimorando o portfólio para trazer novas oportunidades para corretores e assessorias. O objetivo é crescer de forma responsável, sustentável e sempre muito próxima da ponta"

clientes, reforçando a posição do corretor como um consultor de proteção.

Na visão do presidente do Grupo Bradesco, um dos principais desafios para 2026 será equilibrar a velocidade das transformações do setor com a capacidade de adaptação dos diferentes agentes envolvidos – da operação à distribuição, passando pelo relacionamento com o cliente.

"O avanço tecnológico e o novo perfil de consumo exigem que as soluções sejam simples, compreensíveis e inclusivas, sem perder de vista a excelência técnica e re-

gulatória. Além disso, ampliar o acesso aos seguros e fortalecer a cultura de proteção seguem como frentes prioritárias, especialmente em um país com baixa penetração de produtos securitários. É um desafio relevante, mas também uma oportunidade concreta, em um momento em que os brasi-

“Vamos seguir investindo nas pessoas – funcionários, corretores, assessorias, parceiros –, buscando aprimorar processos para oferecer a melhor experiência a cada um dos atores envolvidos em nossa jornada, permitindo unir a expertise do humano à agilidade do digital numa entrega de ponta para nossos clientes”



Ivan Gontijo, presidente do Grupo Bradesco Seguros

leiros estão cada vez mais atentos ao papel do seguro na proteção da vida, do patrimônio e do planejamento de futuro”.

CRESCIMENTO COM RENTABILIDADE

Paulo Ayres, diretor comercial Regional São Paulo-Capital da Allianz Brasil, declara que a companhia deve encerrar 2025 com crescimento de dois dígitos, acima do mercado, sustentado por uma estratégia centrada em eficiência de capital, melhoria de margens, controle de despesas, redução de sinistros e diversificação de negócios. “Esse desempenho é resultado direto do projeto de transformação iniciado em 2024, que redesenhou estruturas, simplificou processos, acelerou a digitalização e fortaleceu parcerias estratégicas, garantindo escalabilidade e liderança em um mercado cada vez mais competitivo”.

De acordo com ele, as assessorias foram fundamentais para os resultados de 2025, atuando como parceiras estratégicas que aproximam a Allianz dos corretores e oferecem suporte técnico, comercial e em treinamentos. “Essa relação fortalece a marca e garante escala com qualidade na distribuição dos seguros. Mais do que um elo na cadeia, as assessorias são protagonistas na transformação do setor, integrando tecnologia, personalização e atendimento humano – fatores essenciais para atender às exigências de um mercado cada vez mais digital”.

Para 2026, o foco da companhia é manter o ritmo de crescimento de dois dígitos, com



Paulo Ayres, diretor comercial Regional São Paulo-Capital da Allianz Brasil

foco em diversificação de negócios, rentabilidade e excelência técnica. “Seguiremos investindo em digitalização, flexibilização de ofertas, fortalecimento de parcerias e identificação de novas oportunidades de mercado, sempre com o objetivo de entregar soluções inovadoras e alinhadas às necessidades dos clientes”.

“Nosso maior desafio será sustentar o crescimento com rentabilidade, garantindo inovação contínua e avanço na digitalização, ao mesmo tempo em que identificamos e respondemos rapidamente às novas demandas dos clientes. Equilibrar escalabilidade com excelência técnica e experiência personalizada será essencial para manter nossa posição de liderança”, acrescenta Ayres.

130 ANOS FOCADA EM GARANTIR SUSTENTABILIDADE

A SulAmérica encerra 2025, ano em que celebra 130 anos de história, destacando os resultados de seu planejamento e estratégia, em que focou em promover maior acessibilidade ao portfólio, produtos personalizados, ampliação de rede, gestão da saúde e forte investimento em tecnologia. “A soma-tória dessas ações, resultou no aumento da receita líquida da companhia, chegando a R\$ 8,5 bilhões no terceiro trimestre de 2025, um crescimento superior à 10% em relação ao mesmo período no ano anterior”, destaca Heitor Augusto, vice-presidente Comercial da SulAmérica Saúde e Odonto.



“Seguiremos investindo em digitalização, flexibilização de ofertas, fortalecimento de parcerias e identificação de novas oportunidades de mercado, sempre com o objetivo de entregar soluções inovadoras e alinhadas às necessidades dos clientes”



Segundo ele, com foco em garantir a sustentabilidade, sem comprometer a jornada do beneficiário, a companhia reduziu a taxa de sinistralidade trimestre a trimestre, caindo para 80,1% no terceiro trimestre, enquanto no comparativo com 2024 esse percentual chegava à 82,1%. "A tendência é registrarmos uma melhora gradual e consistente deste indicador, sendo um reflexo direto do planejamento e ações realizadas desde o fim de 2022".

A companhia apresentou um aumento da base de beneficiários nos segmentos saúde e odonto, no qual a SulAmérica alcançou a marca de 5,7 milhões de segurados, com adição líquida de vidas a cada trimestre. "Visando crescimento consolidado, temos potencial para encerrar 2026 com 6 milhões de beneficiários".

Para 2026, a companhia vai seguir com soluções personalizadas, adequando-se às mais diversas necessidades, promovendo uma rede otimizada, tendo alternativas regionais que entreguem um excelente custo-benefício, sempre com a inovação e consistência sendo nosso norteador e tendo a satisfação do cliente como centro das tomadas de decisão.

A companhia seguirá focada na expansão regional como pilar estratégico, proporcionando a incorporação de novos prestadores em praças de São Paulo, como Ribeirão Preto, Sorocaba e Vale do Paraíba.

Um grande desafio, não apenas da SulAmérica, mas do setor, segundo Augusto, é a falta de conhecimento dos beneficiários sobre como usar o plano de forma responsável. "Os custos da saúde continuam subindo, especialmente em razão das novas tecnologias e tratamentos mais caros. Esses fatores corroboram para os desafios

que a SulAmérica seguirá enfrentando no próximo ano".

ESCALA COM PROXIMIDADE

"2025 termina para a MAPFRE como um ano de consolidação. Somente neste ano, criamos duas novas sucursais dedicadas às nossas assessorias, sendo uma na capital e outra no interior. Ao longo dos últimos meses, organizamos a casa, reforçamos nossa presença no mercado e lançamos o novo portal das assessorias, mais simples, intuitivo e que proporciona uma visão total da sua carteira", conta Leonardo Marins, diretor comercial territorial São Paulo da MAPFRE.

Segundo ele, a companhia conquistou crescimento expressivo em São Paulo, especialmente no interior, que é um mercado-chave pela diversidade de perfis e pelo dinamismo econômico.

Marins exalta que os corretores tiveram papel central em tudo o que foi conquistado em 2025. Em sua visão, as assessorias foram fundamentais para conectar estratégias nacionais à realidade local, algo especialmente relevante em São Paulo e sua diversidade regional.

"O maior desafio será combinar escala com proximidade. O mercado está mais complexo, os clientes têm expectativas mais amplas e os ciclos de decisão estão mais curtos. Para continuarmos crescendo com qualidade, precisamos manter o mesmo nível de atenção individual que sempre valorizamos na relação com os corretores, mesmo expandindo operações e lançando novas linhas de negócios", aponta Marins.

Para 2026, a visão da MAPFRE é aprofundar aquilo que já vem dando resultado. "Isso significa potencializar a carteira dos nossos corretores com soluções mais competitivas



Heitor Augusto, vice-presidente Comercial da SulAmérica Saúde e Odonto



A SulAmérica atua em três frentes com inteligência de dados, sendo aplicada à gestão em saúde, a tecnologia como facilitadora da humanização e inovação aberta conectada a startups, universidades e centros de pesquisa"

e aderentes aos diferentes perfis de cliente, acelerar melhorias no MAPFRE + Corretor, para que seja cada vez mais um programa completo de suporte, reconhecimento e desenvolvimento comercial e reforçar nossa presença em regiões estratégicas, com destaque para São Paulo e interior".

De acordo com ele, a companhia quer criar um ambiente ainda mais favorável ao corretor, tanto em eficiência de processos quanto em oportunidades de negócio. "Vamos seguir simplificando jornadas, reduzindo atritos operacionais, fortalecendo os canais de suporte e investindo em digitalização naquilo que realmente faça sentir-

do para quem está na ponta. Nossa foco será continuar crescendo de forma sustentável, ampliando a relevância da MAPFRE no mercado e oferecendo ao corretor a segurança de uma companhia que evolui com ele, não à parte dele".



A demanda por produtos mais completos, multirrisco, e orientados a nichos só aumenta. Mas entregar isso com simplicidade, sem burocracia e com velocidade é um equilíbrio fino que exige disciplina, investimento e foco total no parceiro de distribuição"



Leonardo Marins, diretor comercial territorial São Paulo da MAPFRE

JORNADA DE TRANSFORMAÇÃO

Para Marcos Machini, VP Comercial do Grupo HDI, o ano de 2025 representou um marco de consolidação, com avanços expressivos na experiência do cliente, no relacionamento com corretores e na eficiência operacional.

"Um dos grandes destaques foi a evolução dos nossos indicadores de satisfação, que refletem diretamente a percepção do mercado sobre nosso trabalho".

Machini define as assessorias como fundamentais para o desempenho do mercado, atuando como ponte estratégica entre companhias e corretores. "Ao longo do ano, elas realizaram um papel decisivo em traduzir nosso reposicionamento, evoluções de portfólio e narrativa de marcas em relacionamento, oportunidades e negócios".

Segundo ele, para 2026, o Grupo HDI planeja dar continuidade à sua jornada de transformação, sustentada por um portfólio cada vez mais personalizado, competitivo e alinhado às necessidades reais de clientes e corretores.

"A estratégia multimarcas também seguirá desempenhando papel central no nosso modelo de negócio, permitindo que



Marcos Machini, VP Comercial do Grupo HDI

possamos atender diferentes perfis de clientes por meio de propostas de valor complementares dentro do Grupo, sempre com foco em eficiência e confiança".

Em sua visão, o maior desafio será equilibrar crescimento e complexidade diante de um cenário regulatório em constante evolução, mantendo a simplicidade e a proximidade que caracterizam o Grupo HDI. "A expansão do portfólio, a integração de operações e a presença cada vez maior em setores específicos exigem atenção redobrada à eficiência operacional e à harmonização de processos. Ao mesmo tempo, a transformação digital – que avança com o uso intensivo de tecnologia e IA – precisa continuar acompanhada de uma forte atuação humana, garantindo que a inovação seja sempre um meio para entregar uma experiência superior e não um fim em si mesma", diz Machini, para quem manter esse equilíbrio, preservando a clareza do posicionamento das marcas e a consistência da jornada do cliente, será um dos grandes desafios.



O foco permanece em tecnologia, inovação e digitalização – sempre combinando o uso de Inteligência Artificial (IA), analytics e simplificação de processos com o protagonismo humano, que é essencial para nossa cultura de proximidade"

Como serão os próximos 130 anos?

Não dá pra saber exatamente como vai ser o futuro. Mas uma coisa a gente sabe com certeza: nós vamos continuar nos reinventando, exatamente como fizemos nos últimos 130 anos, para que você tenha sempre a confiança de que não importa para onde vai o futuro, você e quem você ama estarão seguros.



Na sua vida. Pra vida toda.



Aponte a
câmera e viva
essa história.

Saúde • Vida • Odonto • Investimentos

sulamerica.com.br



22 ANOS EM MOMENTO HISTÓRICO

Com parceiras de longo prazo e novas parceiras, a Aconseg-SP comemorou seus 22 anos de trajetória em sua confraternização de fim de ano, no final de novembro, na Villa Glam (SP).

O ano de 2025 foi um ano histórico na trajetória da Aconseg-SP e suas assessorias filiadas.

A cada ano, a Aconseg-SP reúne sob o seu guarda-chuva não somente as assessorias associadas, mas também mais companhias que iniciam o trabalho com essas parceiras.

Durante o evento, o presidente da associação, Ricardo Montenegro, destacou as principais iniciativas, algumas já tradicionais como o Relatório Econômico, que chegará à sua 10ª edição em 2026 com dados das operações das assessorias referentes ao ano de 2025. "Este é o evento mais institucional da nossa entidade. Fazemos questão de informar com transparência o mercado de seguros sobre a credibilidade da Aconseg-SP".

Em sua gestão, Montenegro buscou uma aproximação com as associadas por meio da criação do "Bate-papo com presidente", dedicado a resolver questões internas. Já do ponto de vista de apresentar novas seguradoras já tradicionais que iniciam o trabalho com as assessorias, ele criou o "Conecta Aconseg-SP", reunião que antecede os tradicionais almoços mensais da associação.

A Revista da Aconseg-SP, com circulação constante no mercado há 17 anos, segue cumprindo o papel de fortalecer a marca da instituição, como importante veículo de comunicação para levar conteúdos das seguradoras aos parceiros corretores e às associadas.

Ele também aproveitou para dizer o quanto a união com as outras Aconsegs do Brasil tem contribuído para o avanço da marca institucional. A participação no Congresso de Corretores de Seguros - Conec, realizado em setembro deste ano, foi um marco histórico dessa trajetória.

"Desejo sucesso e agradeço o trabalho que as assessorias fazem em prol do corretor de seguros"

Alvaro Fonseca, mentor do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo

"As assessorias de São Paulo contribuem imensamente para o crescimento do nosso mercado segurador"

Robson Carneiro, presidente da Aconseg-MG

"Representar a Aconseg junto a um estado que é a 21ª economia do mundo é muito bacana. Vocês estão de parabéns. Viva a Aconseg-SP!"

Luiz Philipe Baeta Neves, presidente da Aconseg-RJ



"Contem com a ENS. Afinal, capacitamos e desenvolvemos todos os corretores de seguros vinculados às assessorias"
Rodrigo Matos, superintendente regional São Paulo da Escola de Negócios e Seguros (ENS)

"Temos uma oportunidade muito grande para aproveitar o que vem pela frente. As assessorias são a base da nossa operação. O nosso crescimento é profícuo porque temos uma relação muito próxima de construção"
Eduardo Grillo, da Suhai

"Comemoramos também os R\$ 10 bilhões de produção dos últimos doze meses da diretoria varejo. Isso se deve em boa parte às assessorias da Aconseg-SP e das Aconsegs do Brasil. Hoje, o canal assessoria é disparado o maior canal de distribuição da Tokio Marine"
Marcos Kobayashi, da Tokio Marine

"A Aconseg-SP é como uma maestra de uma grande orquestra, pois conduz, inspira e dá o ritmo a 41 assessorias, cada uma com o seu estilo, sua dinâmica e especialidade. Juntas, sob a batuta da Aconseg-SP, essas assessorias fazem uma sinfonia poderosa transformando corretores e desafios em oportunidades"
Leonardo Freitas, da Bradesco

"2025 foi o ano de consolidação da MAPFRE com as assessorias, que são um pilar estratégico da nossa empresa. Neste ano, inauguramos seis sucursais exclusivas para as assessorias"
Felipe Barboza, da MAPFRE

"O canal assessoria é o que mais cresce na companhia. Neste ano, a SulAmérica comemora 130 anos e é graças a parceria de vocês"
Bruna Rios, da SulAmérica

"A Ituran teve um ano muito bom com as assessorias. Levamos novidades e tecnologia aos corretores e segurados. De mãos dadas, buscarmos novas oportunidades"
Euclides Naliato, da Ituran Brasil

"Foi um ano de crescimento e em que ativamos todas as marcas do Grupo HDI com as assessorias que trabalham conosco, de diversificação de produtos, de criação de filial e do Cresça Assessoria"
Paul Canarin, do Grupo HDI

"Graças às assessorias estamos trilhando um caminho espetacular de crescimento"
Luciano Lima, da Justos

"Temos uma parceria longínqua com as assessorias, de mais de dez anos. É um canal muito importante para nós, pois São Paulo representa 60% da nossa produção"
Marcelo Santos, da Excelsior

ASSESSORIAS SÃO COMPROMETIDAS COM OS CORRETORES

Parceiras apoiam diretamente no fechamento de negócios e ampliam a capacidade de o corretor oferecer atendimento com excelência

Esta é a quarta 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.

"Sempre tive todo o suporte, tanto em vendas (para fechamento) quanto para pós-venda (regulação de sinistro)", diz Antonio Waldyr Medezani, da Oficial Corretora de Seguro.

Ele é corretor desde 1994 e há 25 anos trabalha em parceria com uma assessoria em seguros, motivado pela acessibilidade, atendimento personalizado e orientação em negócios oferecidos pela parceira.

Pessoalidade, comprometimento com o corretor e expertise em várias seguradoras

do mercado são citados por ele como diferenciais no atendimento.

Desde 1988, Walther Medea Filho atua como corretor de seguros e está à frente da W Medea Corretora de Seguros.

"As assessorias fortalecem a atuação do corretor ao estreitar as relações de negócios e oferecer maior agilidade operacional. O fluxo de informações, essencial na rotina das corretoras de seguros, deve ser conduzido de forma assertiva e pontual, garantindo eficiência e agregando valor ao nosso trabalho. Dessa maneira, as assessorias nos apoiam diretamente no fechamento de negócios e ampliam nossa capacidade de atender com excelência", comenta Medea Filho, que atua em parceria com assessoria também há 25 anos.

Ele destaca como diferenciais a agilidade, a eficiência operacional e o suporte técnico



Um diferencial, que se transforma em uma vantagem competitiva para o corretor, é o acesso a diversas seguradoras e produtos, que certamente eu não teria sem o atendimento pelo canal assessoria"



Walther Medea Filho, da W Medea Corretora de Seguros



Antonio Waldyr Medezani, da Oficial Corretora de Seguros

e, muitas vezes, também comercial, treinamentos e capacitação profissional. "Um diferencial, que se transforma em uma vantagem competitiva para o corretor, é o acesso a diversas seguradoras e produtos, que certamente eu não teria sem o atendimento pelo canal assessoria".

Medea Filho cita uma situação delicada em que a parceria com a assessoria o auxiliou. "Temos um affinity com uma seguradora, que atende a uma franquia. Em um determinado sinistro ocorrido, uma das atividades comerciais desenvolvida nos contratos não estava mencionada na respectiva apólice, induzindo a seguradora a questionar a cobertura securitária, porém, com a atuação da assessoria que nos atende, apresentando a documentação em que foi tratado o acordo operacional no qual demonstrava que tal atividade comercial era inerente ao negócio, a seguradora reavaliou, indenizou e consolidou a cobertura nas apólices", compartilha.



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

O ANO DE 2025 FOI INTENSO. MUITO DO QUE PLANEJAMOS NO ANO ANTERIOR FOI REALIZADO.

AGORA PLANEJAMOS 2026 COM O OBJETIVO DE FACILITAR AINDA MAIS O TRABALHO DOS NOSSOS CORRETORES PARA QUE CONSIGAM SEGUIR COM SEU COMPROMISSO E PROFISSIONALISMO, QUE FAZEM A DIFERENÇA NA VIDA DE MUITAS PESSOAS TODOS OS DIAS.

PARA ISSO, SEGUIREMOS AVANÇANDO COM A CERTEZA DE QUE PODEMOS E VAMOS FAZER MUITO MAIS PELOS CORRETORES. AGRADECemos OS NOSSOS PARCEIROS POR CADA ESFORÇO, CADA CLIENTE ATENDIDO E CADA CONQUISTA CONSTRUÍDA COM DEDICAÇÃO. QUE O NOVO ANO VENHA REPLETO DE PROTEÇÃO, SAÚDE, ALEGRIA, PROSPERIDADE. UM NATAL ILUMINADO A TODOS. BOAS FESTAS!

ESSES SÃO OS VOTOS DAS ASSESSORIAS EM SEGUROS DA ACONSEG-SP.





Diretorias da Aconseg-SP e do Grupo Bradesco Seguros

GRUPO BRADESCO ACREDITA NA FORÇA DAS ASSESSORIAS DE SÃO PAULO

Executivos ressaltaram a oportunidade de crescimento com as assessorias e as melhorias realizadas no vida, saúde e auto e RE

O maior grupo segurador da América Latina, a Bradesco Seguros, vai continuar rompendo fronteiras e atingindo recordes. Há cinco anos como presidente do grupo, Ivan Gontijo reforçou o posicionamento de ouvir os parceiros e implementar melhorias em todas as verticais do grupo, durante o tradicional almoço da Aconseg-SP realizado no Terraço Itália, em outubro.

"O nosso principal canal de vendas é e continuará sendo o corretor. A atuação das assessorias junto aos corretores é um trabalho fundamental, não só na prospecção de novos negócios e na aproximação com os clientes, mas, acima de tudo, na arregimentação dos corretores", comentou Ivan Gontijo.

Durante o encontro, Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg- SP, mostrou a representatividade da Bradesco Seguros nas assessorias sob o guarda-chuva da Associação, atualmente em 15%.

"De acordo com dados do Relatório referentes ao ano de 2024, a Bradesco ocupa o terceiro lugar no ranking com todos os ramos, com 17% da produção das assessorias. Em se tratando do saúde, a companhia sobe para o segundo, com 18%. É uma seguradora muito importante para a nossa operação, mas com uma oportunidade imensa", ressaltou.

O presidente da Aconseg-SP exaltou o interesse de mais associadas trabalharem com a Bradesco, tanto na capital como no interior de São Paulo.

Gontijo posicionou a pauta do interior como prioritária para discussão no grupo segurador e chamou a atenção sobre São Paulo ser a grande locomotiva do país e a intenção de crescer no estado. "Acreditamos muito na força do mercado de São Paulo. Estamos dispostos a investir no que os parceiros entenderem que podemos melhorar internamente, inclusive no campo comercial. Estamos abertos a mais e novos negócios, nos quais houver uma parceria de relação ganha-ganha", destacou Gontijo.

AS VERTICAIS

Os diretores-presidentes da Bradesco Auto/RE e Bradesco Vida e Previdência, respectivamente, Ney Dias e Bernardo Castello, também participaram do evento.

"A Bradesco Vida e Previdência vem, ao longo de alguns anos, fazendo uma modernização no portfólio e nos processos para atender toda e qualquer demanda, seja de pessoa física ou pessoa jurídica", destacou Castello.

Segundo Ney Dias, a companhia trabalha em uma mudança sistêmica que dará ainda mais agilidade na criação de produtos. "Nosso objetivo é colocar na mão das assessorias e dos corretores cada vez mais produtos e facilidades para que tenhamos um mercado pujante e crescente".

"Estamos construindo um ano muito positivo em conjunto, em especial em São Paulo, que é uma alavancas de negócios importante para a Bradesco Saúde", comentou Carlos Rogoginsky Junior, superintendente executivo da Bradesco Saúde, que representou o diretor-presidente da vertical, Carlos Marinelli.

De acordo com Rogoginsky, em São Paulo o crescimento do canal assessorias foi de 43%, enquanto a média nacional foi de 22%. "O potencial de crescimento no mercado de seguros do interior é a nossa prioridade para 2026, com desenvolvimentos de produtos específicos", comentou ao lembrar da Atlântica Hospitais, cuja entrega de empreendimentos está prevista para o próximo ano.

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



“

Os nossos resultados refletem diversos fatores, e um deles é o trabalho intenso das assessorias. Nós somos muito gratos pela confiança depositada na Allianz em um momento tão importante da nossa história”

Eduard Folch Rue, CEO da Allianz Brasil

ASSESSORIAS AVANÇAM COM A ALLIANZ

Com as parceiras, seguradora registra crescimento na produção, além da maior diversificação dos produtos

A parceria entre a Allianz e as assessorias de seguros segue intensificada. Em outubro, a companhia participou do tradicional almoço realizado pela Aconseg-SP no Terraço Itália, em São Paulo.

De forma geral, as assessorias associadas à Aconseg-SP têm contribuído para o avanço da performance da Allianz Brasil. O desempenho é fruto de uma equipe dedicada às assessorias, mudanças internas e da relação de confiança da companhia com os parceiros e vice-versa.

“A Allianz cresce 22% neste ano e deve concluir o ano com R\$ 12 bilhões em prêmios. Isso é alavancado pelos corretores e pelas assessorias”, destaca Eduard Folch Rue, CEO da Allianz Brasil, que agradeceu a confiança das assessorias na seguradora. “Sigam confiando na Allianz e trazendo essa alavanca de crescimento”, completou.

Segundo Paulo Ayres, diretor São Paulo Capital, Santos e Vale do Ribeira, o crescimento ocorre em todas as carteiras de maneira muito significativa.

Em automóvel, o crescimento foi de 26,9%; em massificados, 32,5%; 131,9% na linha de riscos corporativos e 31% no vida.

“Dependemos das assessorias para diversificar e produzir em outras carteiras. Nós dobramos de tamanho ano a ano e, no canal assessorias, tivemos uma evolução”, acrescenta Ayres.

O diretor destacou que a companhia multiproduto tem o compromisso de viabilizar soluções para as necessidades trazidas pelos corretores. “Somos a companhia do sim. Queremos ser cada vez mais demandados e consultados. Não somos só automóvel, mas sim uma companhia multiproduto”.

Entre as mudanças realizadas pela Allianz está a criação de um portal dedicado às assessorias e a inserção, em 2026, na campanha AllianzZ.

“Muito do que está sendo entregue é fruto da construção de uma escuta muito genuína, de estar próximo e entender o que faz sentido para as assessorias”, destacou Nelson Veiga, vice-presidente Comercial da Allianz Seguros.

“A Allianz é uma companhia completa com produtos corporate e massificados. O que não tivermos e que vocês entenderem que tem de ser criado, falem conosco. Somos a empresa do sim”, acrescentou Veiga.

O VP ainda ressaltou que a Allianz é uma empresa que se estruturou de uma maneira muito forte do ponto de vista do canal assessorias. “Em locais onde não temos uma filial de assessorias, temos alguém para atender o canal in loco. O corretor é corretor e as assessorias são tratadas como uma filial. Para nós, as assessorias têm um protagonismo muito importante”.

Veiga ainda lembrou que as assessorias de São Paulo vêm galgando protagonismo dentro da companhia.

Segundo Jaque Folgueral, gerente da Filial Assessorias da Allianz Seguros, as assessorias crescem em média 33%. “Também estamos diversificando, o que é histórico para o canal e uma necessidade de mercado”.

POTENCIAL NO INTERIOR

Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, ressaltou a importância de a companhia dedicar mais atenção ao potencial existente das assessorias e do mercado nas regiões do interior do estado de São Paulo.

“Das nove assessorias associadas no interior, oito estiveram presentes ao almoço. Elas representam 30% dos R\$ 4 bilhões de produção da Aconseg-SP. É uma oportunidade inexplorada”, disse o presidente ao citar dados do 8º Relatório produzido pela Associação, referente aos números de 2024.

Uma ideia surgida para aproximar as assessorias da seguradora é a realização de mais eventos nas cidades do interior.

Se tem **Max**, tem solução!

A **Maxassistência** de Roda, Pneu e Suspensão é a solução segura e econômica que você precisa para fidelizar a sua carteira de clientes.

Entenda mais sobre essa Maxassistência:



Conheça os benefícios:

- ↗ Permite a troca de roda, do pneu e do kit de suspensão do veículo¹
- ↗ Em todos os casos estão cobertos alinhamento e balanceamento do veículo.
- ↗ É possível trocar todos os itens em um único acionamento, quando estes são provenientes da mesma ocasião.
- ↗ A assistência cobre até 2 jogos de pneu, roda e kit suspensão.



¹Quando danificados por impactos em objetos cortantes, blocos de sinalização de pista, buracos e desníveis.
*Consulte as condições gerais da companhia.

SEGUROS NA COP 30

Casa do Seguro mostra a força do seguro na agenda de mitigação e adaptação climática

Atento ao movimento de mitigação e adaptação às mudanças climáticas e ciente de seu papel, o mercado de seguros, por meio da Casa do Seguro, iniciativa da Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg), marcou presença na COP30. Das dez empoderadoras do espaço mantido durante a conferência realizada em Belém (PA), em novembro, quatro delas - Tokio Marine, Grupo Bradesco Seguros, MAPFRE e Allianz - são parceiras da Aconseg-SP.

Para Dyogo Oliveira, presidente da CNSeg, a COP30 cumpriu o papel de ser objetiva. "O que sobressai é o equilíbrio entre as agendas de mitigação e adaptação. Conscientização do que é necessário fazer para lidar, conviver e resistir ao estágio atual das mudanças climáticas tão presentes no dia a dia. Tivemos grandes avanços em termos de comprometimento das empresas e das entidades, inclusive do próprio governo".

O próximo passo é a criação de uma força-tarefa global do mercado de seguros em relação à sustentabilidade. "Precisamos envolver os grandes líderes globais da indústria de seguros e conectá-los aos stakeholders que estão lidando diretamente e tem maior capacidade de influenciar decisões políticas que envolvem sustentabilidade. O setor de seguros tem um grande papel a exercer, tanto na agenda de mitigação como na de adaptação", disse Oliveira.

ALLIANZ | Após comandar dois dos painéis principais da Casa do Seguro, com especialistas nacionais e internacionais, a Allianz esteve em outros dois fóruns realizados no espaço, localizado em Belém, durante a COP 30. As iniciativas reuniram executivos e pesquisadores em debates voltados à contribuição do mercado segurador para o desenvolvimento sustentável da indústria automotiva e o seu papel na proteção do agronegócio diante das

mudanças climáticas.

Marlon Teixeira, diretor de Sinistros Auto da companhia, integrou o painel "Do Sinistro à Sustentabilidade: salvados e economia circular no setor automotivo". Com o apoio da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), a apresentação mostrou como seguradoras, montadoras e recicladores podem atuar em parceria para ampliar a circularidade desses veículos. "Por muito tempo, o salvado foi tratado como um resíduo inevitável e atenuador de perdas. Hoje, olhamos para essa questão também como um vetor de sustentabilidade e retorno econômico", afirmou.

GRUPO BRADESCO | A Bradesco Bradesco Saúde lançou durante painel da Casa do Seguro o guia prático "Nosso Clima, Sua Saúde". A publicação reúne orientações e informações sobre os principais riscos à saúde associados às mudanças no clima, como o aumento das temperaturas, a poluição do ar e a intensificação de eventos extremos. E propõe ações de prevenção e hábitos que podem ser adotados por indivíduos e comunidades para reduzir vulnerabilidades.

O guia elenca seis principais riscos climáticos que impactam a saúde, indicando as regiões mais propensas a esses eventos: alagamentos/inundações; secas; poluição do ar; calor extremo; frio intenso e outros fenômenos meteorológicos extremos (como ventania, granizo ou tempestades). E traz dicas de medidas que a população pode tomar para reduzir a exposição a cada um deles, mitigando potenciais prejuízos à saúde.

MAPFRE | Em meio ao debate global sobre ações urgentes para conter as mudanças climáticas, a seguradora MAPFRE anunciou um novo modelo de seguro ambiental desenhado para proteger projetos florestais e garantir a estabilidade de programas de créditos de carbono no Brasil.

A nova solução, batizada de 'Biosseguro', foi idealizada pelo programa interno de inovação da seguradora no Brasil, que conecta equipes técnicas, especialistas ambientais e executivos de negócios. A iniciativa reflete o posicionamento ASG (Ambiental, Sustentabilidade e Governança) da MAPFRE, que tem buscado ampliar sua oferta de produtos com impacto socioambiental positivo e potencial de escalabilidade.

TOKIO MARINE | O diretor de Seguros Patrimoniais da Tokio Marine, Sidney Cezarino, conduziu a palestra "O futuro e a importância da transição energética", que abordou as iniciativas da Tokio Marine nesse segmento e como o mercado de seguros pode contribuir com o tema.

O espaço da Tokio Marine contou com a participação dos convidados da seguradora, como Rodrigo Sauaia, cofundador e presidente executivo da Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica (ABSOLAR) e de Juliano Martins, assessor executivo da Diretoria da Associação Brasileira de Energia Eólica (ABEEólica).

Além disso, o presidente da TMGX, plataforma global dedicada à Green Transformation do Grupo Tokio Marine, Fraser McLauchlan, compartilhou alguns insights sobre transformação verde sob o âmbito da estratégia global de sustentabilidade do Grupo.



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

 **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!



CROSS-SELLING: A SUA ESTRATÉGIA DE SOBREVIVÊNCIA

De vendedor a consultor e de especialista em produtos a especialista em pessoas. Essas são mudanças de posturas necessárias para os corretores

Se você, corretor, ainda não pratica a venda cruzada ou cross-selling, está na hora de rever esta sua estratégia, ou a ausência dela. “O momento atual traz, antes mesmo da oportunidade, a necessidade, já que o perfil do consumidor mudou, principalmente diante de um mundo cada vez mais digital, que apresenta, além dos benefícios, várias ameaças com o aumento absurdo de tentativas de fraudes, diariamente”, analisa Rogerio Araújo, sócio da TGL Consultoria.

Diante desse contexto, o consumidor quer compartilhar seus dados, informações financeiras, patrimoniais, familiares, sonhos e projetos, a cada dia com o menor número de pessoas possíveis. “Esse consumidor não quer contar a sua vida para o corretor de automóvel, o gerente do banco, o vendedor de consórcios, o corretor do seguro de vida, o

corretor do seguro da empresa ou do seguro saúde. Ele prefere conversar com um único profissional, uma única empresa, e que esse profissional busque as melhores soluções para atender as suas necessidades. Portanto, o corretor de seguros deve deixar de ser especialista em produtos e passar a ser um especialista em pessoas, falar menos de produtos e coberturas e mais de soluções que superam as necessidades dos clientes, que resolvam o seus problemas”, justifica Araújo.

Para Genival de Souza e Silva, estrategista, especializado no mercado de seguros e cofundador do Dhomô Instituto, a definição técnica de cross-selling é simples: oferecer produtos complementares a quem já é cliente. Porém, a definição esconde o que realmente está em jogo.

“Cross-selling, na essência, é a construção de um ecossistema de proteção ao redor do cliente. É exatamente o que bancos, insurtechs e plataformas digitais estão tentando fazer: capturar o cliente em múltiplas dimensões para torná-lo cativo. A diferença é que eles fazem isso com algoritmos e dados. O corretor faz isso com relacionamento real”, define.

Segundo Silva, o corretor que domina cross-selling não está vendendo mais, está construindo uma fortaleza estratégica: quanto mais dimensões da vida do cliente ele protege, mais insubstituível ele se torna. “Em um mercado que caminha para comoditização de produtos, a única defesa sustentável é a profundidade do relacionamento”.

O cofundador da Dhomô define que cross-selling não é estratégia de crescimento, é estratégia de sobrevivência e relevância em um mercado em mutação.

COMO VENDER MAIS PRODUTOS PARA O MESMO CLIENTE?

Segundo o sócio da TGL, vender mais para o mesmo cliente é fundamental para a fidelização do cliente. Afinal, se ele tem um relacionamento pautado em um produto, e pior, no menor preço, essa relação é extremamente vulnerável e fadada ao término em pouco tempo.

Na visão de Araújo, o corretor deve assumir uma postura de consultor, compreendendo que não se trata de venda de produtos, que todas as apólices são ferramentas

de como fazer. "O cliente não quer um seguro de automóvel, ele quer proteger seu veículo, ele não quer um seguro de vida, mas ele quer garantir a moradia, a alimentação e a educação dos seus filhos. Ele não quer comprar um plano de previdência, o que ele quer é ter uma aposentadoria com dignidade financeira. Portanto, se o corretor se portar como um consultor, verdadeiramente se importar com o cliente, conhecer seus sonhos, projetos e medos, ele terá êxito no processo".

Araújo recomenda começar a venda cruzada pelo seguro de vida, pois ele é a base de tudo. "É simples compreender, se você tem uma árvore frutífera na sua casa, todos os dias ela produz frutos que saciam as necessidades da sua família. Se essa árvore adoece, morre, os frutos deixam de ser gerados, o que impactaria diretamente a sua família. Você faria seguro dos frutos ou da árvore? Pois bem, a árvore é o cliente, os frutos são a casa, o carro, a educação dos filhos, o plano de saúde. Os frutos devem ser protegidos, mas o que não faz nenhum sentido é proteger os frutos e não proteger a árvore".

Para o corretor exercitar o cross-sell, Silva aponta duplas clássicas: Auto + Residencial, Residencial + Vida, Saúde + Vida, Empresarial + Benefícios. "Mas pensar em duplas ainda é pensar pequeno. O corretor estratégico pensa em jornada de proteção. Um cliente de 25 anos que compra seu primeiro auto pode, ao longo de 30 anos, passar por casamento, primeiro imóvel, filhos,

troca de emprego, empreendedorismo, planejamento de aposentadoria. Cada fase é um capítulo novo com necessidades novas".

Conforme ele, o corretor que acompanha essa jornada inteira não tem um cliente, tem uma família sob sua gestão de proteção. "E essa família não troca de corretor por desconto, porque desconto não substitui quem conhece sua história. Isso é o que chamo de stacking estratégico: empilhar camadas de proteção ao longo do tempo, construindo relevância cumulativa".

Para o cofundador da Dhom, o primeiro passo é uma mudança de olhar: o corretor precisa parar de enxergar apólices e começar a enxergar biografias. "Cada cliente é uma história em movimento e histórias têm capítulos. Um cliente de seguro auto menciona que vai se casar. Para o corretor comum, isso é uma informação pessoal simpática. Para o corretor estratégico, isso é um sinal de que vários capítulos novos estão começando simultaneamente: novo lar (residencial), nova responsabilidade compartilhada (vida), possível planejamento familiar (previdência). Uma simples renovação de auto se desdobra em três ou quatro novas apólices ao longo de 18 meses", exemplifica.

"Isso não é técnica de vendas. É o que eu chamo de Efeito Onda: um evento de vida gera ondas concêntricas de necessidade de proteção. O corretor atento surfa essas ondas. O desatento vê apenas a apólice que está na frente dele", completa.

Genival Silva recomenda que o corretor tenha duas práticas, mas antes delas, uma mudança de identidade. "O corretor precisa deixar de se ver como 'vendedor de apólices' e passar a se ver como 'consultor de proteção'. Parece sutil, mas muda tudo. O vendedor de apólices pergunta 'quer renovar?' O consultor de proteção pergunta 'o que mudou na sua vida desde a última vez que conversamos?'

O QUE NÃO DEIXAR DE OFERECER: SEGURO DE VIDA

É também o seguro de vida que o corretor não pode deixar de ofertar ao cliente. Mas, para o sócio da TGL, o corretor tem que conhecer e acreditar no seguro de vida, saber suas funcionalidades, e é fundamental que ele aplique o seguro de vida primeiro na sua



Genival de Souza e Silva,
Dhom Instituto

vida, na sua família, proteger os seus, os seus colaboradores.

"Afim, com que credibilidade eu vou afirmar ao meu cliente que ele precisa proteger a sua família, se eu não protejo a minha, que ele deve proteger os seus colaboradores, gerar benefícios, se eu assim não faço com os meus colaboradores? "Em caso de despresurização coloque a máscara primeiro em você, para depois cuidar de quem está ao seu lado". Se não o fizer assim, esquece, o corretor não terá sucesso", conclui Rogerio Araújo.

Genival Silva também apostava no seguro de vida. Ele lembra que o Brasil tem uma das menores penetrações de seguro de vida do mundo. "Menos de 20% das famílias têm alguma cobertura. Isso não é apenas um problema, é uma oportunidade histórica. O mercado de seguros brasileiro está em processo intenso de democratização, saindo de um modelo que atendia apenas classes A e B para alcançar a nova classe média. O corretor que entende essa transformação sabe que seguro de vida é a porta de entrada para um universo de proteção. É o produto que protege não um bem, mas a capacidade de gerar renda que sustenta todos os outros bens".

Ele lembra que todo cliente deveria sair da corretora sabendo o que é, quanto custa e por que precisa de um seguro de vida. "Se decidir não contratar, a decisão é dele. Mas a omissão de não ofertar é do corretor e essa omissão tem custo estratégico e, ouso dizer, ético", alerta.



Rogerio Araújo, TGL Consultoria



“

DIRETORIA É RECONDUZIDA PARA A GESTÃO DO BIÊNIO 2026-2027

Com ações e participações históricas, presidente almeja que as assessorias sejam reconhecidas como o maior canal de distribuição

Quando falamos o maior canal de distribuição de seguros é porque servimos aos corretores para que eles possam concluir a venda consultiva da melhor forma ao seu segurado”

Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP

Após um primeiro mandato intenso e com novidades, a diretoria liderada por Ricardo Montenegro foi reeleita por aclamação para o biênio 2026-2027.

A diretoria de Montenegro segue composta por Milton Ferreira (vice-presidente), Alberto Novais (diretor financeiro), Monica Dargevitch (diretora administrativa), Maria Guadalupe (diretora para o interior) e Marcos Holanda (presidente do Conselho). No conselho fiscal seguem Jorge Teixeira Barbosa, Luiz Philipe Baeta e Wilson Lima.

No primeiro mandato, a diretoria trabalhou em importantes ações direcionadas às assessorias associadas, ampliou o relacionamento com os entes do mercado de seguros nacional e trouxe inovações, que ampliaram a percepção institucional do trabalho realizado pelas assessorias no atendimento ao corretor de seguros como braço das seguradoras.

Além dos compromissos já mantidos pelas gestões anteriores da Aconseg-SP, tais como o tradicional almoço no Terraço Itália com os executivos c-levels das seguradoras e o jantar de aniversário da Aconseg-SP e de final de ano, a diretoria trouxe inovações, como a realização do evento “Aconseg-SP convida: O corretor no seguro de vida”.

“Foi o principal evento produzido pela Aconseg-SP e reuniu seguradores, corretores e assessorias, contando com a presença de 400 profissionais. Um sucesso a se comemorar. Com palestra dos principais executivos das companhias que levaram muito conhecimento, experiência e expectativas de como evoluir no ramo Vida para os corretores”, comenta o presidente.

Outro marco foi a participação histórica no Conec 2025 em conjunto com as demais Aconsegs do Brasil. “Com certeza o maior evento de divulgação das assessorias do Brasil administrado totalmente por São Paulo. Conseguimos, sim, fortalecer a marca das assessorias para corretores do Brasil inteiro”, comenta.

Ainda na primeira gestão, Montenegro fez algumas conquistas, como o

fato de ter sido a primeira liderança da Aconseg-SP a ser convidada a compor a mesa de personalidades no almoço do Clube dos Corretores de São Paulo (CCS-SP), e também foi o primeiro presidente de uma Aconseg, e profissional de assessoria, a participar do Programa Seguro, apresentado por Boris Ber, presidente do Sineor-SP, que vai ao ar pela TV Gazeta.

Durante o primeiro mandato, as apresentações do Relatório Econômico da Aconseg-SP referentes aos anos de 2024 e 2025 passaram a ser presenciais.

“Um evento importantíssimo que, no passado, apenas era divulgado online. Atualmente, convidamos presencialmente os profissionais do mercado para tomarem conhecimento de nossa produção, eficiência e comprometimento”, ressalta Montenegro, que destaca o evento como o mais institucional da Aconseg-SP.

2026: OPORTUNIDADE IMENSA

Segundo o presidente da Aconseg-SP, o ano de 2026 trará uma imensa oportunidade de negócios para todos.

“Pretendo finalizar o segundo mandato da mesma forma que terminei o primeiro, com o apoio de todos, uma gestão harmoniosa e futurista, procurando sempre trazer para nossos parceiros uma operação ganha-ganha”, completa.

De acordo com ele, o maior desafio, não só no segundo mandato, mas de forma geral, é fazer com que o canal de assessorias de seguros seja o maior canal de distribuição de seguros.

Na segunda gestão, há a intenção de um trabalho junto ao Comitê de Tecnologia para desenvolver ferramentas de inteligência artificial para as assessorias oferecerem aos corretores com o objetivo de melhorar a performance em suas tarefas diárias. “Ainda no primeiro semestre do próximo ano, pretendemos fazer um novo evento sobre Benefícios com a participação de seguradoras, corretores e assessorias”.

ACONSEG-SP REGISTRA RECORDES EM PARTICIPAÇÃO HISTÓRICA NO CONEC

Atuação inédita da associação paulista, junto às demais Aconsegs, tem conteúdo, tiragem e distribuição recordes da revista

O Conec 2025, realizado no Distrito Anhembi, em São Paulo, em setembro, registrou momentos marcantes e históricos, principalmente para as Aconsegs do Brasil, grupo formado por Aconseg-SP, Aconseg-RS, Aconseg Centro-Oeste, Aconseg-MG, Aconseg-NNE e Aconseg-RJ.

"Hoje, é importante para a Aconseg-SP que ela mostre a sua marca para o mercado

regional e nacional. Por isso, investimos em visibilidade. Afinal, as assessorias são um dos canais mais importantes do mercado, trabalhando em parceria com os corretores de seguros", observa Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP.

Juntas, as Aconsegs mantiveram um espaço durante os três dias do Congresso, localizado na entrada da Exposeg, que se tornou ponto de encontro com sorteios, música e muito networking.

"Foi o maior orgulho conseguirmos reunir todas as Aconsegs do Brasil no Conec 2025. Preparamos um espaço bonito e mostramos as nossas marcas para o Brasil inteiro", comemora Montenegro, idealizador da ação conjunta.

Para o Conec 2025, a Aconseg-SP preparou uma edição especial da revista com 36 páginas e tiragem extra. "Toda a experiência do Conec deste ano foi especial para nós".

Ao lembrar que o grande papel das assessorias é melhorar a performance dos corretores, Montenegro cita que a Aconseg-SP, por meio do Comitê de Tecnologia, trabalha para que, no futuro, as assessorias possam fornecer ferramentas para os corretores melhorarem a sua performance com cross-selling e com mais prospecções.





GUIA "LEI 15.040/2024 - NOVA LEI DE SEGUROS: O QUE O CONSUMIDOR PRECISA SABER"

A entrada em vigor do novo marco legal dos seguros, em 11 de dezembro, inaugurou uma fase de maior clareza e transparência nas relações entre seguradoras e consumidores. Para ajudar o público a entender o que muda na prática, a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) lançou o guia "Lei 15.040/2024 - Nova Lei de Seguros: O Que o Consumidor Precisa Saber".

A publicação foi desenvolvida para traduzir, de forma objetiva, os principais direitos, deveres e procedimentos previstos na nova legislação. O material está organizado em três partes: um panorama das regras e das mudanças mais relevantes; orientações práticas sobre tipos de cobertura, exclusões, prazos para acionamento do seguro, tempo para pagamento de indenizações, aviso de agravamento de risco e despesas com contenção e salvamento; e um conjunto de recomendações para que o consumidor saiba como se resguardar e reivindicar seus direitos.

Segundo a diretora Jurídica da CNseg, Glauce Carvalhal, a nova lei marca a transição dos contratos de seguro, antes regidos pelo Código Civil, para um marco regulatório próprio dos seguros privados no país, com novas diretrizes para formação, vigência, cessão e liquidação dos contratos. "Essa modernização normativa não ocorre de forma isolada, mas integra um movimento estratégico mais amplo de fortalecimento e democratização do mercado segurador", afirma.

Ao ampliar o entendimento do consumidor sobre as mudanças, o guia contribui para o atendimento de uma das premissas do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros (PDMS), de ampliar o acesso da população a diferentes

produtos de seguro. A iniciativa reforça um setor que se posiciona de maneira mais inclusiva, transparente e comprometida com a proteção e a cidadania.



EVENTOS

ACONSEGS DO BRASIL MARCAM PRESENÇA NO CQCS INOVAÇÃO 2025

A mais recente ação das coirmãs (Aconseg-SP, Aconseg-MG, Aconseg-NNE, Aconseg Centro-Oeste, Aconseg-RJ e Aconseg-RS) foi a participação no CQCS Inovação 2025, realizado em novembro, no Pro Magno, em São Paulo.

A participação das Aconsegs foi voltada para apresentar aos corretores que ainda não trabalham com uma assessoria o que elas podem fazer por eles. Além disso, simbolizou um momento para networking com os parceiros de seguradoras e demais empresas do ecossistema de seguros.

Ricardo Montenegro, Djalma Ferraz, Enir Junker e Robson Carneiro, respectivamente presidentes da Aconseg-SP, Aconseg-NNE, Aconseg Centro-Oeste e Aconseg-MG, acompanharam o evento com as assessorias associadas de suas respectivas regiões. "Agradecemos ao Gustavo Doria, do CQCS, por toda a atenção com as Aconsegs do Brasil e as assessorias em seguros. Foi um momento muito especial para nós participarmos", disse Montenegro.



FIQUE DE OLHO!

CERTIFICAÇÃO VERDE NO SEGURO AUTO DA ALLIANZ

Em sintonia com a sua agenda de sustentabilidade, a Allianz Seguros conquistou a certificação verde para o produto de Automóvel.

Comprometida com a transição para uma economia circular, a seguradora oferece reparo gratuito de para-brisa sempre que possível, ou seja, quando o segurado solicita a troca do vidro, é disponibilizada a opção de conserto sem custo de franquia.

Os clientes têm também acesso a outros serviços gratuitos que incentivam a manutenção sustentável do veículo, contribuindo para a redução do risco de sinistros. Além disso, toda a sucata de veículos é destinada à reciclagem, com os lucros revertidos integralmente à Associação Beneficente dos Funcionários do Grupo Allianz (ABA), uma iniciativa que reforça o compromisso da empresa com a prevenção à poluição, o engajamento social e a melhoria da qualidade do ar, da água e dos solos.

"Essa certificação não altera as coberturas, assistências e serviços do produto. O que muda é a forma de tangibilizar de maneira clara e consistente o compromisso ESG aos corretores e clientes", comenta Fábio Morita, diretor executivo de Automóvel, Massificados e Vida da Allianz Seguros, adiantando que o seguro Automóvel marca o primeiro passo de uma estratégia mais ampla, que prevê a certificação de outros produtos até 2027, incluindo o residencial, condomínio, empresa PME e linhas corporativas.



Presidente da Aconseg-SP no podcast Planos Seguros com a ALM

Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, participou do podcast Planos Seguros com ALM gravado durante o CQCS Inovação 2025.



Aconseg-SP no Estúdio MAPFRE no Conec

Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, participou de um bate-papo com Felipe Barboza, gerente Comercial Canal Assessorias da MAPFRE, diretamente do Estúdio da companhia montado durante o Conec 2025. "A proximidade da MAPFRE com as assessorias fará com que a companhia decole muito mais rapidamente no nosso mercado", destacou o presidente.



Confraternização Allianz



As assessorias associadas à Aconseg-SP, que trabalham em parceria com a Allianz, participaram do jantar de final de ano organizado pela seguradora, na pizzaria Atrio, no início de dezembro.

130 anos da SulAmérica

Em novembro, a SulAmérica comemorou os seus 130 anos com uma apresentação natalina memorável na Praça Charles Miller, da qual as assessorias associadas e a diretoria da Aconseg-SP participaram.



Despedida de Oscar Celada

O CEO Adjunto de Negócios da Mapfre, Oscar Celada, e o gerente comercial de Assessorias da seguradora, Felipe Barboza, foram recebidos por Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, em um almoço no início de dezembro. Na ocasião, os executivos celebraram os avanços e resultados da seguradora no relacionamento com as assessorias durante a passagem de Celada pela MAPFRE Brasil. Depois de uma jornada de dois anos, ele se despede do Brasil no início de 2026 para assumir uma nova posição comercial na Espanha.



60 anos de Mitsui

O presidente da Aconseg-SP, Ricardo Montenegro, participou do evento de comemoração dos 60 anos da Mitsui Sumitomo no Brasil.



Evento na Zurich

Em outubro, as associadas à Aconseg-SP participaram do evento realizado na sede da Zurich, em São Paulo, com as assessorias em seguros de todo o Brasil.



Fórum de Longevidade Bradesco

O presidente da Aconseg-SP participou do XVIII Fórum de Longevidade realizado pelo Grupo Bradesco Seguros, em outubro, em São Paulo.



Capa da edição 71

Ricardo Montenegro, presidente da Aconseg-SP, entregou a revista em mãos para Marcos Kobayashi, diretor Comercial Varejo e Vida da Tokio Marine, durante o Conec 2025.



ACONSEG-SP CONECTA

A diretoria da Aconseg-SP, liderada por Ricardo Montenegro, criou a ação Aconseg-SP Conecta, que visa a aproximação das associadas a novos parceiros para tratar de dinâmicas de trabalho.

Nova lei de seguros

Sidney Dias, mestre e doutor em informática, e o empreendedor Alexandre Camillo falaram sobre as transformações com o novo marco legal do seguro com a lei 15.040/2024 para as associadas da Aconseg-SP, em setembro.



Inovação

Gustavo Doria, fundador do CQCS, falou às assessorias sobre a importância de participar do CQCS Inovação 2025 e de estarem na vanguarda das inovações do mercado.





AC Brasil | Antonio Carlos Brasil | (19) 3295-5790
brasil@aebrasil.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@sabase.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 Semegnini | [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 Scalco | [scalcojr@hotmail.com](#)
(11) 4525-7790 [intercorseguros](#)

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 | [joao.luz@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](#)

Oipipari | Helio Oipipari Jr. | [www.oipipari.com.br](#)
helio@oipipari.com.br | (11) 3638-3400 [oipipari.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 Depereia | [www.rizkealmeida.com.br](#)
renata@rizkealmeida.com.br | (11) 2476-6605

Rubens de Almeida | Gustavo Gimenez
[gustavo@rizkealmeida.com.br](#) | (11) 96262-7649

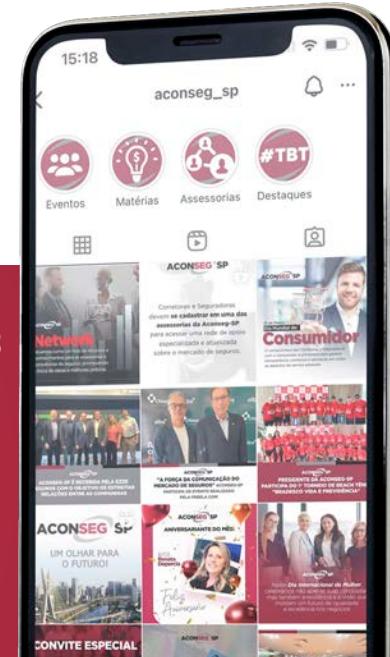
SANZ | Maria Guadalupe | [www.sanzassessoria.com.br](#)
guadalupe@sanzassessoria.com.br | (19) 3255-6702 [sanzassessoria](#)

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

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

Vila Velha | Marcia Torres
[marciatorres@vilavelhaassessoria.com.br](#)
(11) 3230-1757 (11) 94064-3942 [vilavelhacorretora](#)

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



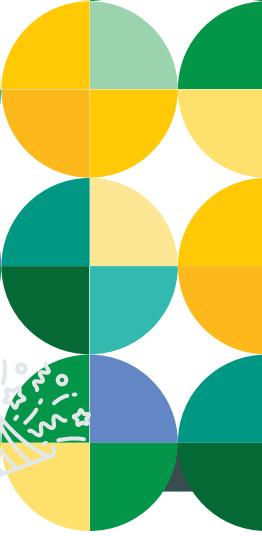
**SIGA A CONSEG - SP
NAS REDES SOCIAIS**

[@aconseg_sp](#)

[Aconsegsp](#)

[aconseg-sp](#)

Para nós, todo dia é seu dia, Corretor!



Juntos, tivemos um **#MêsdoCorretor** incrível e recheado de lançamentos e novidades para você Crescer mais. Bora relembrar?



MEU MARKETING 2.0

Todas as peças da Yelum, HDI e Aliro no mesmo lugar para você personalizar com os dados e logo da sua corretora.



SITE PORTFÓLIO DE PRODUTOS GRUPO HDI

Todos os produtos do Grupo HDI em um só lugar, com navegação prática, conteúdo consultivo e tudo o que você precisa para Crescer com estratégia e eficiência.



CRESÇA CAST

Uma nova temporada com 3 episódios recheados de informações quentinhas, estratégicas e super úteis para você Crescer ainda mais, disponíveis no Spotify e YouTube do Cresça Corretor.



ACADEMIA ESSENCIAL

Uma trilha de treinamento criada exclusivamente para te ajudar a descobrir como aproveitar ao máximo todas as ações e ferramentas que oferecemos para você Crescer.

Demais, né? Aproveite todos esses presentes pelo seu mês para **impulsionar os seus negócios** e transformar a sua **jornada de Crescimento com a gente!**



Escaneie o QR Code e saiba mais sobre cada lançamento

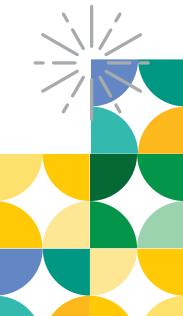


CRESÇA
Corretor

Yelum
seguros

HDI
SEGUROS

Aliro
seguro





Sabe o que é tão bom quanto ter um **Bradesco Seguro Residencial Sob Medida?**

Pagar com pontos Livelo.

Um jeito diferente de pagar o seguro
e economizar dinheiro.

O **Bradesco Seguro Residencial Sob Medida**
possui mais de 15 opções de coberturas e serviços
de assistência para cuidar da casa.

Ofereça para seus clientes e faça bons negócios.



Saiba mais

