

revista

# INSURANCE CORP

ano IX – edição 48 – maio/junho 2023 – R\$ 25,00

insurancecorp.com.br

**Tecnologia, tendências & inovação**

**eBaoTech PREPARA NOVIDADES PARA O BRASIL**

**Technology, directions & innovation**

**eBaoTech PREPARE UPDATES FOR BRAZIL**

Weliton Costa, Business Development Director LATAM da eBaoTech

**CongreNorte – evento destaca qualificação e relacionamentos**

**CongreNorte – event highlights professional ability and relationships**

# Siga o @comvocecorretor

no Instagram e fique  
por dentro do universo  
dos Corretores de Seguros.



Acesse nosso perfil  
pelo QR Code.



**bradesco**  
seguros

Com Você. Sempre.

# MESSAGEM AO MERCADO

## MESSAGE TO THE MARKET

### A RELEVÂNCIA NA ATUAÇÃO DAS ENTIDADES

Para enfrentar e superar os desafios que se apresentam para o mercado de seguros, foram promovidos importantes eventos, como a realização do 5º ConsegNe em Sergipe, que fortalece a atuação dos corretores de seguros do Nordeste, sendo que durante a cerimônia de abertura, o presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros do Sergipe (Sincor-SE), Erico Melo, defendeu a independência dos corretores. “Esse profissional é responsável por demonstrar as melhores opções e oferecer os benefícios mais adequados aos segurados”.

Merece registro a celebração dos 72 anos da Fena-seg, entidade de maior representatividade do mercado segurador, assim como os 25 anos de fundação da Aconsej RJ, destacada associação composta de empresas de assessoria e consultoria, que promovem grande e indiscutível apoio às atribuições e atividades desenvolvidas pelos corretores. Destacamos também o CongreNorte – Congresso Norte de Corretores de Seguros, que reuniu nos dias 28 e 29 de junho, mais de 800 profissionais da região e de todo o país. O evento idealizado e realizado pelos sindicatos dos corretores de seguros da Região Norte, este ano aconteceu em Manaus, tendo o Sincor Amazonas - Roraima como anfitrião.

A matéria de capa desta edição IC, apresenta a expertise da eBaoTech, uma multinacional com atividades voltadas a inovação, no campo tecnológico no setor de seguros, possuindo operações em mais de 40 países, e com presença nos cinco continentes.

A seção “Diálogo”, apresenta entrevista feita com Rivaldo Leite, CEO da Vertical Seguro da Porto, revelando aspectos de suas atribuições. A Superintendente de Comunicação e Marketing da Mapfre, Tatiana Cerezer participa na coluna ‘Mulheres em Destaque’, o registro dos 20 anos de fundação da Aconsej SP, entre outros temas abordados de interesse do setor.

Boa leitura!

### THE RELEVANCE IN THE ENTITIES' PERFORMANCE

In order to face and overcome the challenges facing the insurance market, important events were promoted, such as the 5th ConsegNe in Sergipe, which strengthens the performance of insurance brokers in the Northeast of Brazil, and during the opening ceremony, the president of the Sergipe Insurance Brokers Union (Sincor-SE), Erico Melo, advocated for the independence of brokers. “This professional is responsible for demonstrating the best options and offering the most appropriate benefits to policyholders”.

It is worth noting the celebration of the 72 years of Fena-seg, the most representative entity of the insurance market, as well as the 25 years of foundation of Aconsej RJ, an outstanding association composed of advisory and consulting companies, which promote great and indisputable support for the attributions and activities developed by brokers. We also highlight CongreNorte - Northern Congress of Insurance Brokers, which brought together on June 28 and 29, more than 800 professionals from the region and from all over the country. The event idealized and carried out by the unions of insurance brokers in the North Region, took place in Manaus this year, with Sincor Amazonas - Roraima as host.

The cover story of this IC edition, presents the expertise of eBaoTech, a multinational which activities are focused on innovation in the technological field in the insurance sector, with operations in more than 40 countries, and with a presence on five continents. The “Dialog” section presents an interview with Rivaldo Leite, CEO of Porto's Insurance Vertical, revealing aspects of his duties. Mapfre's Communication and Marketing Superintendent, Tatiana Cerezer, participates in the ‘Women in Spotlight’ column, recording the 20th anniversary of the foundation of Aconsej SP, among other topics of interest to the sector.

Enjoy the reading!

*André Penna*  
Publisher



Ano IX - Edição 48  
maio/junho 2023

#### Missão

Atender as necessidades de forma clara e objetiva, dos profissionais que militam em suas respectivas áreas de atuação.

#### Visão

Ser reconhecida como uma referência no mercado de seguros e resseguro por meio do conteúdo das publicações, para os profissionais comprometidos com suas atividades.

#### Publisher

André Pena  
andre.pena@insurancecorp.com.br

#### Diretor de Marketing

Enrique Pena  
enrique.pena@insurancecorp.com.br

#### Edição

Márcia Kovacs

#### Redação

Márcia Kovacs  
Valéria Vilela - Mtb 26309/114/02  
redacao@insurancecorp.com.br

#### Site e Mídias Sociais

Edilene Mendonça  
Márcia Kovacs  
redacao@insurancecorp.com.br

#### Tradução

Ana Beatriz Dinucci

#### Diagramação

Roberto T. Kanji  
roberto.kanji@insurancecorp.com.br

#### Conselho Editorial

Acacio Rosa de Queiroz Filho, Angélica Luciã Carlini, Carlos Alberto Protasio, Jabor Descio Sobrinho, Marcos Lúcio de Moura e Souza, Mauro Cesar Batista, Paulo dos Santos, Paulo Cesar Pereira Reis.

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

Revista Insurance Corp

/InsuranceCorp

@revistainsurancecorp

Tiragem: 5 mil exemplares

Circulação: Nacional e Internacional

Periodicidade: Bimestral

INSURANCE CORP - Marca Registrada/INPI

Publicação:

**Editora Incremento Ltda**

Rua Maestro Callia, 290  
Vila Mariana - São Paulo - SP  
CEP: 04012-100

Telefone: (11) 3884-0905  
E-mail: [redacao@insurancecorp.com.br](mailto:redacao@insurancecorp.com.br)

O conteúdo desta edição não representa necessariamente a opinião do veículo, sendo de inteira responsabilidade de seus autores.

**6** **DIÁLOGO/DIALOGUE**  
"O semestre com o dever cumprido"  
"Duty accomplished in the first half"

**8** **CONTRIBUIÇÃO/CONTRIBUTION**  
Insurance Corp inova e desenvolve projeto para maior integração entre parceiros  
Insurance Corp innovates and develops project promoting more integration between partners

**10** **2023 INSURANCE CORP AWARDS**  
Importantes players do mercado são homenageados na quinta edição da premiação  
Important market players honored in the awards fifth edition

**12** **MERCADO/MARKET**  
72 anos dedicados à democratização do seguro  
72 years dedicated to Insurance universalization

**14** **MULHERES NO COMANDO/WOMEN IN CHARGE**  
Por que a diversidade geracional importa?  
Why does generational diversity matter?

**16** **CONGRENORTE**  
Evento destaca qualificação e também relacionamentos do mercado na região Norte  
Event highlights qualification and also market relationships in the North region

**18** **CAPA/COVER**  
Com foco em seguir na vanguarda, eBaoTech antecipa tendências e prepara novidades  
With focus on staying at the forefront, eBaoTech anticipates trends and prepares news

**24** **RADAR/RADAR**  
Lockton adquire a concorrente THB Brasil  
Lockton acquires competitor THB Brasil

**26** **INSURTECH BRASIL 2023**  
Evento acontece com recorde de participantes e expositores  
Event happens with record number of participants and exhibitors

**28** **REGISTRO/RECORD**  
MAPFRE celebra 90 anos de atuação global  
MAPFRE celebrates 90 years of global operations

**30** **CONGRESSO/CONGRESS**  
5º ConsegNe fortalece a atuação dos Corretores  
5th ConsegNe strengthens the Insurance Brokers performance

**32** **CELEBRAÇÃO/CELEBRATION**  
Aconseg-RJ comemora 25 anos de atividades  
Aconseg-RJ celebrates 25 years activities

**34** **RAIO X/X-RAY**  
Estudo sobre a presença feminina no universo das motos  
Study on the female presence in the universe of motorcycles

**36** **PANORAMA/OUTLOOK**  
Aconseg-SP realiza almoço com associadas e parceiros em Campinas  
Aconseg-SP holds lunch with associates and partners in Campinas


**38** **PERISCÓPIO/PERISCOPE**



## Seguro Garantia. A Berkley Brasil Seguros é sinônimo de tradição e expertise!


Garanta o cumprimento, por parte do tomador, das obrigações assumidas perante o segurado, seja por força legal ou contratual, perante órgãos públicos, empresas públicas ou privadas.

### Nossos diferenciais

 Não consome as linhas de crédito do tomador junto aos bancos.

 Sistema online de cotação e emissão.

 Baixo custo quando comparado com as outras modalidades de caução.

 Gestor de crédito.

## Quer saber mais? Fale com o seu executivo comercial

**Berkley. Confiabilidade e agilidade para seus negócios.**

A aceitação da proposta de seguro está sujeita à análise do risco. O registro do produto é automático e não representa aprovação ou recomendação por parte da Susep. O segurado poderá consultar a situação cadastral do corretor de seguros e da sociedade seguradora no sítio eletrônico [www.susep.gov.br](http://www.susep.gov.br). BERKLEY INTERNATIONAL SEGUROS S.A. CNPJ nº 07.021.544/0001-89. Contatos da Berkley: SAC 0800 777 3123, E-mail: [comercial@berkley.com.br](mailto:comercial@berkley.com.br). Ouvidoria 0800 797 3444 – E-mail: [ouvidoria@berkley.com.br](mailto:ouvidoria@berkley.com.br). Horário de atendimento: 1) SAC - 24hs e sete dias por semana 2) Ouvidoria - das 9h00min às 18h00min, de segunda-feira a sexta-feira, exceto feriados nacionais. Produto registrado na SUSEP sob número(s): 15414.902036/2013-68, 15414.902037/2013-11

# “O semestre com o dever cumprido”

## “Duty accomplished in the first half”

Por/by Márcia Kovacs

Rivaldo Leite, CEO da vertical Seguro da Porto, participa nesta edição da seção Diálogo. Líder da seguradora, tem formação em Administração de Empresas, com pós na ESPM em Gestão de Marketing, e se especializou em Formação de Consultores pela Adigo. Atua há 27 anos na companhia, sendo 4 anos como Vice-Presidente Comercial, e desde outubro de 2022, como CEO da vertical Seguro. Também ocupa o cargo de presidente do Sindicato das Empresas de Seguros e Resseguros de SP (Sindseg SP).

**Insurance Corp – Quais têm sido os principais desafios encontrados na gestão da Porto, diante de tantas mudanças internas?**

**Rivaldo Leite** – Quando decidimos, em 2022, desdobrar a Porto em três verticais (Bank, Saúde e Seguros), nosso intuito era oferecer toda a atenção que cada uma dessas frentes necessita. Contamos com especialistas para cada segmento e temos investido cada vez mais em tecnologia e inovação, oferecendo, o padrão de qualidade Porto com todo o cuidado que nosso público merece.

**IC – Com a pandemia controlada, como as mudanças implementadas na rotina da empresa foram alinhadas?**

**RL** – O período da pandemia certamente foi desafiador. Depois de muita conversa, chegamos a algumas conclusões, como a implementação do modelo híbrido de trabalho, sempre colocando as necessidades dos nossos colaboradores como prioridade. Também dedicamos um tempo a pensar em iniciativas internas que pudessem contribuir



**Rivaldo Leite**

Rivaldo Leite, CEO of Porto Seguro vertical, participates in this edition of the Diálogo section. Leader of the insurance company, he has a degree in Business Administration, with post-graduate studies at ESPM in Marketing Management, and specialized in Training Consultants at Adigo. He has been with the company for 27 years, four years as Commercial Vice President, and since October 2022, as CEO of Vertical Seguro. He is also president of the Insurance and Reinsurance Companies Union of SP (Sindseg SP).

**Insurance Corp - What have been the main challenges encountered in the management of Porto, in the face of so many internal changes?**

**Rivaldo Leite** - When we decided, in 2022, to split Porto into three sections (Bank, Health and Insurance), our intention was to offer all the

attention each one of these segments need. We have specialists for each segment and we have been investing more and more in technology and innovation, offering the Porto standard of quality with all the care that our public deserves.

**IC - With the pandemic under control, how were the changes implemented in the company's routine aligned?**

**RL** - The pandemic period was certainly a challenging one. After much conversation, we came to some conclusions, such as the implementation of the hybrid working model, always putting the needs of our employees as a priority. We also took the time to think of internal initiatives that

com uma rotina mais saudável. Ações voltadas à saúde integral também foram aprimoradas. Queremos que nossos colaboradores olhem para si e para suas famílias com cuidado, atenção e generosidade.

**IC – O que a Porto faz perenemente para manter uma boa relação com os corretores?**

**RL** - Os corretores sempre foram e serão nossa maior prioridade. Nosso apreço por essa categoria de profissionais é tão grande que, sempre que possível, promovemos experiências e campanhas de incentivo, entre eles, “Fecha com a Porto”, “A Porto está por perto” e “Conquistadores”. Quem acompanha nosso calendário sabe o quão prioritário é o corretor para a Porto. A melhor maneira de manter essa relação é por meio do diálogo. Costumamos dizer que todo cuidado é Porto.

**IC – Quais fatores justificam a liderança da companhia marcante e relevante, no mercado de seguros?**

**RL** - Acreditamos que é uma combinação de fatores, como um portfólio diversificado, excelência no atendimento, parceria sólida com corretores, investimento em áreas como Inovação, Tecnologia, Pesquisa & Desenvolvimento, Sustentabilidade, entre outros. Temos um time de profissionais altamente capacitados e atentos a manter a excelência no atendimento e fazemos muito benchmark e pesquisa para oferecer atualizações e novidades apropriadas à realidade do segurado brasileiro.

**IC – Quais novidades que pode nos antecipar neste ano?**

**RL** - A Porto Seguro caminha para encerrar o primeiro semestre com a sensação do dever cumprido. Comemoramos o recorde histórico de lucro da instituição para o primeiro trimestre. Em junho, a holding foi classificada como o 41º nome mais valioso do País, de acordo com um estudo da Brand Finance, subindo duas casas em relação a 2022. Além disso, no mesmo mês, a Porto ficou como líder na categoria “Serviços Financeiros”, na premiação “Melhores do ESG 2023”, da revista Exame.

**IC – Quais são as atividades que a Porto desenvolve em relação às práticas ESG?**

**RL** - Entre inúmeras ações, gostaria de destacar algumas iniciativas, como os 30 pontos de recarga gratuitos para veículos híbridos e elétricos, disponíveis para segurados e não segurados nos Centros Automotivos Porto em São Paulo. Além disso, fomos a primeira empresa da América Latina a implantar a primeira ambulância elétrica no grupo de modais. Comemoramos ainda a Renova Ecopeças, pioneira no mercado de reciclagem e reaproveitamento de peças automotivas, que completou 10 anos e o nosso ingresso em 2022 como signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas.

could contribute to a healthier routine. Actions aimed at integral health were also improved. We want our employees to look at themselves and their families with care, attention, and generosity.

**IC - What does Porto permanently do to maintain a good relationship with its brokers?**

**RL** - Brokers have always been and will always be our top priority. Our appreciation for this category of professionals is so great that, whenever possible, we promote incentive experiences and campaigns, such as “Fecha com a Porto” (Trust Porto), “A Porto está por perto” (Porto is close to you), and “Conquistadores” (Conquerors). Those who follow our calendar know how much of a priority the broker is for Porto. The best way to maintain this relationship is through dialogue. We usually say that every care is Porto (a pun in Portuguese meaning “You can’t be extra careful”).

**IC - What factors justify the company’s outstanding and relevant leadership in the insurance market?**

**RL** - We believe it is a combination of factors, such as a diversified portfolio, excellence service, solid partnership with brokers, investment in areas such as Innovation, Technology, Research & Development, and Sustainability, among others. We have a team of highly trained professionals who are attentive to maintaining excellence service, and we do a lot of benchmarking and research to offer updates and news appropriate to the reality of the Brazilian insurance customer.

**IC - What news can you anticipate this year?**

**RL** - Porto Seguro is closing the first half with a sense of accomplishment. We celebrated the institution’s historical profit record for the first quarter. In June, the holding company was ranked as the 41st most valuable name in the country, according to a Brand Finance study. In addition, in the same month, Porto ranked as the leader in the “Financial Services” category, in the “Best of ESG 2023” award, from Exame Magazine.

**IC - What are the activities that Porto develops regarding ESG practices?**

**RL** - Among countless actions, I would like to highlight some initiatives, such as the 30 free recharging points for hybrid and electric vehicles, available to insured and uninsured members at the Porto Automotive Centers in São Paulo. In addition, we were the first company in Latin America to deploy the first electric ambulance in the modal group. We also celebrated Renova Ecopeças, a pioneer in the market of recycling and reuse of automotive parts, which completed 10 years, and our entry in 2022 as signatories of the United Nations Global Compact.

# Insurance Corp inova e desenvolve projeto para maior integração entre parceiros

## Insurance Corp innovates and develops project promoting more integration between partners

Por/by Márcia Kovacs



**Laur Fernandes (centro), Diretor de Sinistros e Fabiano Gil, Gerente de Salvados, da Tokio Marine Seguradora e equipe da Sodrê Santoro Leiloeiro Oficial.**

**Laur Fernandes (center), Claims Director, and Fabiano Gil, Salvage Manager, from Tokio Marine Seguradora, and the Sodrê Santoro Official Auctioneer's team.**

Com o propósito de integrar parceiros do mercado de seguros, voltado ao setores sinistros e salvados, Sodrê Santoro Leiloeiro Oficial e a revista Insurance Corp, foi implementado um projeto específico, para contribuir para maior integração destas áreas com o objetivo de oferecer mais conhecimento a respeito das formas que são desenvolvidos os leilões, em especial de maneira virtual, com troca de experiências e informações atualizadas.

Neste primeiro encontro, participaram Laur Fernandes, diretor de Sinistros e Fabiano Gil, Gerente de Salvados, da Tokio Marine Seguradora, que foram recepcionados por Luiz Fernando Sodrê Santoro, Otávio Sodrê Santoro e Flávio Sodrê Santoro e demais profissionais envolvidos nestas atividades.

Os executivos da Tokio Marine, tiveram a oportunidade de visitar as dependências onde são desenvolvidas as atividades e fizeram um tour na sede da Sodrê Santoro, na Vila Romana. Durante o almoço, foi possível um intenso networking, além de muitas informações, expertise e um diálogo sobre a demanda de seguro auto e sinistros do setor. A revista tem organizado esta aproximação, objetivando contribuir para a ampliação de negócios e parcerias, tão necessários ao setor.

Aiming to integrate partners from the insurance market, focused on the casualty and salvage sectors, Sodrê Santoro Official Auctioneer and Insurance Corp Magazine, a specific project was implemented to contribute to a greater integration of these with the purpose of offering more knowledge regarding the ways that auctions are developed, especially in a virtual way, with an exchange of experiences and updated information.

Laur Fernandes, Tokio Marine's Claims Director, and Fabiano Gil, Salvage Manager, participated in this first meeting, and were both received by Luiz Fernando Sodrê Santoro, Otávio Sodrê Santoro and Flávio Sodrê Santoro and other professionals involved in these activities.

Tokio Marine's executives had the opportunity to visit the premises where the activities are developed and took a tour of Sodrê Santoro's headquarters, in Vila Romana. During lunch, there was opportunity for an intense networking, besides a lot of information, expertise and a dialogue about the auto insurance demand and claims of the sector. The magazine has organized this mingling, aiming to contribute to the expansion of business and partnerships, so fundamental for the insurance sector.



# Por que escolher as soluções da Trucks Control?



**+ 144 mil**

Equipamentos conectados



**+ 604**

Colaboradores



**+ 20.000**

Clientes



**+ 100**

Oficinas: fixas, móveis e Dedicadas.

**A Trucks Control te auxilia a gerar impactos positivos na gestão de frotas com um sistema de Telemetria e Rastreamento Ideal.**



**+67**

FERRAMENTAS



**+120**

RELATÓRIOS



**05**

GRIDS DE MONITORAMENTO



Escaneie o QR Code e tenha mais Economia com uma Gestão Eficiente.

**inmarsat**

**ORBCOMM™**

Telemetria  
Powered by  
**CHIPTRONIC**

**Fique por dentro dos nossos lançamentos**

f t y in ig  
**@truckscontrol**

(43) 9 9914-0020 • (43) 3377-5200  
vendas@truckscomercial.com.br  
www.TrucksComercio.com.br



# Importantes players do mercado são homenageados na quinta edição da premiação

## Important market players honored in the awards fifth edition

A esperada premiação realizada pela Revista Insurance Corp aconteceu com elegância, conforto e performances inusitadas. Todos foram recebidos para um almoço e celebração da quinta edição do ‘2023 Insurance Corp Awards’ – Melhores do Seguro e Resseguro. O evento aconteceu dia 6 de julho, no charmoso restaurante uruguaio El Tranvia, no bairro Itaim Bibi em São Paulo.

Antes da celebração, todos foram brindados com a performance pela cover da famosa cantora francesa Edith Piaf, Édria Barbieri, ganhadora do Programa Máquina da Fama, do SBT, lembrando algumas canções da célebre artista. O sucesso foi tanto, que teve bis durante e após o final da apresentação.

Nesta ocasião, foram destacados profissionais e empresas com a entrega de troféus para as categorias de prestadores de serviços, seguradoras, resseguradoras, personalidades e entidades. O acontecimento foi conduzido por Camila Correia, jornalista e mestre de cerimônia do Sincor-SP, e contou também com a performance da professora e dançarina Carla Bittar que encantou a todos com sua graça e desenvoltura na dança do ventre. E durante as homenagens, foram sorteadas duas aquarelas, presenteadas pessoalmente pelo artista plástico, Aniz Tadeu Zegaib.

A entrega dos troféus, seguiu no formato previamente definido; cada homenageado recebeu o prêmio das mãos de uma personalidade de referência do segmento.

O troféu elaborado exclusivamente para a Insurance Corp, pelos artistas plásticos Aniz Tadeu Zegaib e Renzo Andrioli, destacou todos os vencedores da edição, que serão devidamente relatados na publicação na Edição Especial, que circulará em agosto.

The much awaited awards ceremony of Insurance Corp Magazine took place with much elegance, comfort and unusual performances. Invitees were welcomed for a lunch and a celebration of the fifth edition of the ‘2023 Insurance Corp Awards’ – Best in Insurance and Reinsurance. The event took place on July 6th, at the charming Uruguayan restaurant El Tranvia, in the Itaim Bibi neighborhood of São Paulo.

Before the celebration, everyone indulged in a performance by Édria Barbieri, a cover of the famous French singer Edith Piaf and winner of the Fame Machine TV show, featuring some songs by the famous artist. It was so successful that it had encores during and after the end of the presentation.

On this occasion, professionals and companies were distinguished with trophies for the categories of service providers, insurers, reinsurers, personalities and entities. The event was hosted by Camila Correia, a journalist and master of ceremonies at Sincor-SP, and also featured a performance by teacher and dancer Carla Bittar, who charmed everyone with her grace and resourcefulness in belly dancing. Also, during the handing of awards, two watercolors were given away personally by the artist, Aniz Tadeu Zegaib.

The awards were given following a previously defined format: each honoree received the award from the hands of a reference personality in the segment.

The trophy, created exclusively for Insurance Corp, by artists Aniz Tadeu Zegaib and Renzo Andrioli, highlighted all the winners of the edition, to be featured in the Special Edition, which will be in circulation in August.

---

## Conheça os destaques de 2023:

**Christian Mendonça** (Norsk Hydro Brasil) - 'Gestor de Riscos e Seguros do Ano'

**Salvatore Lombardi Jr.**, CEO Albatroz MGA - 'Personalidade do Ano em Gestão'

**Delphos Serviços Técnicos** - 'Desenvolvimento de Ferramentas Tecnológicas para Utilização nas Seguradoras'

**Engeval Engenharia** - 'Referência em Avaliações de Engenharia'

**Europ Assistance** - 'Destaque em Assistência e Universalização com maior penetração no mercado'

**João Marcelo dos Santos** - 'Personalidade no Ramo Jurídico que atua no segmento de Seguro e Resseguro'

**Sodré Santoro Leiloeiro Oficial** - 'Destaque em atividades de Leilões'

**MDS Corretora de Seguros** - 'Especialidade em vários ramos, por meio de ações e produtos diferenciados'

**Grupo Bradesco Seguros** - 'Atendimento aos corretores, Utilização das redes sociais e tecnologias e Campanhas publicitárias'

**Tokio Marine Seguradora** - 'Destaque Seguradora em Suporte Comercial, Condições Técnicas e Soluções de Problemas'

**Porto** - 'Agilidade na Aceitação, Regulação e Liquidação de Sinistros'

**Austral Re** - 'Agilidade de Aceitação e Critérios de Subscrição'

**Swiss Re** - 'Posicionamento Estratégico e Suporte Comercial'

**Alexandre Camillo** - 'Personalidade do ano por sua atuação notável como Superintendente da Susep'

**Boris Ber** - 'Personalidade - Apresentador do Programa Seguro na TV Aberta'

**Cristina Domingues** - 'Executiva do Ano – Seguros'

**José Adalberto Ferrara** - 'Executivo do Ano – Seguros'

**Newton Queiroz** - 'Personalidade do Ano – Executivo engajado na agenda ESG'

**ANSP** - 'Homenagem aos 30 anos como Entidade Associativa no Setor de Seguro e Previdência'

**Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP)** - '50 anos de Desafios e Conquistas'

**Sou Segura** - 'Entidade de Executivas do Mercado de Seguros Voltada à Valorização e Inclusão Feminina'

**Aconseg-SP** - '20 anos de Atividades que Congrega Assessorias'

## Discover the highlights of 2023:

**Christian Mendonça** (Norsk Hydro Brasil) - 'Risk and Insurance Manager of the Year'

**Salvatore Lombardi Jr.**, CEO of Albatroz MGA - 'Personality of the Year in Management'

**Delphos Serviços Técnicos** - 'Development of Technological Tools for Use in Insurance Companies'

**Engeval Engenharia** - 'Outstanding Engineering Assessment'

**Europ Assistance** - 'Outstanding in Assistance and Universalization with Greater Market Penetration'

**João Marcelo dos Santos** - 'Personality in the Legal Department Acting in the Insurance and Reinsurance Segments'

**Sodré Santoro Leiloeiro Oficial** - 'Outstanding Auction Activities'

**MDS Corretora de Seguros** - 'Specialty in Various Branches, through Differentiated Actions and Products'

**Grupo Bradesco Seguros** - 'Service to Brokers, Use of Social Networks and Technologies and Advertising Campaigns'

**Tokio Marine Insurance** - 'Outstanding Insurance Company in Commercial Support, Technical Conditions and Troubleshooting'

**Porto** - 'Agility in Acceptance, Regulation and Settlement of Claims'

**Austral Re** - 'Agility in Acceptance and Subscription Criteria'

**Swiss Re** - 'Strategic Positioning and Commercial Support'

**Alexandre Camillo** - 'Personality of the Year for His Outstanding Performance as Superintendent of Susep'

**Boris Ber** - 'Personality - Presenter of the Insurance Show on Network TV'

**Cristina Domingues** - 'Executive of the Year – Insurance'

**Jose Adalberto Ferrara** - 'Executive of the Year – Insurance'

**Newton Queiroz** - 'Personality of the Year – Executive Engaged in the ESG Agenda'

**ANSP** - 'Tribute to 30 Years as an Association in the Insurance and Private Pension Sector'

**Insurance Brokers Club of São Paulo (CCS-SP)** - '50 Years of Challenges and Achievements'

**Sou Segura** - 'Association of Insurance Market Executives Dedicated to the Appreciation and Inclusion of Women'

**Aconseg-SP** - '20 Years of Activities that Bring Together Consultancies'

# 72 anos dedicados à democratização do seguro

## 72 years dedicated to Insurance universalization

Criada em 25 de junho de 1951, sob o nome Federação Nacional das Empresas de Seguros (Fenaseg), a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) completa 72 anos. A entidade mantém firme seu propósito de contribuir para o desenvolvimento dos seguros, previdência privada e capitalização no país e, como consequência, da própria economia nacional.

O presidente da CNseg, Dyogo Oliveira, que completou um ano de gestão à frente da entidade, ressalta que a Confederação tem cumprido com enorme sucesso seu papel e que há muitos avanços nas mais diferentes áreas. “A nossa grande meta é democratizar cada vez mais o seguro, e temos dado passos importantes nessa direção.”

Para alcançar esses objetivos, a entidade recentemente lançou duas iniciativas, que são o Plano de Desenvolvimento do Mercado Segurador e a Agenda Institucional do Setor. Ambas visam ampliar o acesso de pessoas e empresas à proteção securitária e contribuir para o desenvolvimento da economia brasileira.

Oliveira comenta que, além desses projetos, a Confederação tem promovido uma comunicação muito mais efetiva, em uma estratégia de popularização do seguro visitando vários estados, tendo maior engajamento com o poder público além de participar de eventos nacionais e internacionais relevantes, liderando pautas importantes e sendo reconhecida pelas autoridades.

“Hoje, o seguro representa 6,2% do PIB brasileiro. Nossa expectativa é avançar para 10% em 2030. Estamos trabalhando com o propósito de aumentar em 20% o número de consumidores protegidos com os produtos do mercado segurador”, concluiu Oliveira.

Embora a fundação da Confederação conte da data de sua oficialização, em 25 de junho de 1951, quando estavam presentes delegados dos Sindicatos de Seguradoras de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia e Rio Grande do Sul, o reconhecimento pelo Ministério do Trabalho ocorreu apenas em 30 de novembro de 1953, quando congregou também o Sindicato de Pernambuco, atingindo assim o número mínimo de sindicatos requerido pela legislação vigente. (Fonte: Hill+Knowlton Strategies)



**Dyogo Oliveira**

Created on June 25, 1951, under the name National Federation of Insurance Companies (Fenaseg), the National Confederation of Insurance Companies (CNseg) has completed 72 years of existence. The entity maintains its purpose of contributing to the development of insurance, private pension plans and capitalization investments in the country and, as a consequence, of the development of the national economy.

The president of CNseg, Dyogo Oliveira, having completed a year at the head of the entity, points out that the Confederation has fulfilled its role with great success and that there has been much progress in the most diverse areas. “Our main goal is to

help insurance be more and more universal, and we have taken important steps in that direction.”

To achieve these goals, the entity recently launched two initiatives, which are the Insurance Market Development Plan and its Sector Institutional Agenda. Both aim to expand the access of people and companies to insurance protection and contribute to the development of the Brazilian economy.

Oliveira comments that, in addition to these projects, the Confederation has fostered more effective communication, within a strategy to popularize insurance by visiting several States, seeking greater engagement with public authorities, in addition to participating in relevant national and international events, spearheading important agendas and gaining recognition from the authorities.

“Today, insurance represents 6.2% of the Brazilian GDP. Our expectation is to reach 10% by 2030. We are working with the purpose of increasing by 20% the number of consumers protected with products from the insurance Market”, concluded Oliveira.

Although the foundation of the Confederation dates from the day of its constitution, June 25, 1951, when delegates from the Insurance Unions of São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia and Rio Grande do Sul were present, it was officially accredited by the Ministry of Labor only on November 30, 1953, when it also incorporated the Union of Pernambuco, thus reaching the minimum number of unions required by the applicable laws at the time. (Source: Hill+Knowlton Strategies)

# THIS IS STARR'S TERRITORY.

HELPING YOU SUCCEED IN GLOBAL MARKETS

**STARR**  
INSURANCE

Building on more than 100 years of international experience, Starr continues to be a strategic resource in helping businesses expand into complex landscapes like Brasil. Depend on our valuable connections and market insights to bring your venture to the world stage.

PROPERTY | CASUALTY | ACCIDENT | AVIATION | MARINE

[STARRCOMPANIES.COM.BR](https://starrcompanies.com.br)

*Starr Insurance Companies is a marketing name for the operating insurance and travel assistance companies and subsidiaries of Starr International Company, Inc., and for the investment business of C.V. Starr & Co., Inc., and its subsidiaries. ©2023 Starr Insurance Companies. All rights reserved.*

# Por que a diversidade geracional importa?

## Why does generational diversity matter?

\*Tatiana Cerezer

Você já parou para pensar que, pela primeira vez, temos quatro gerações de profissionais trabalhando juntas? Gosto muito dessa pluralidade, mas sei também que ela traz alguns impasses. Sem dúvida, as novas gerações estão demandando e construindo novas práticas. Elas têm expectativas diferentes sobre o que querem do trabalho, incluindo maior flexibilidade, ambientes mais colaborativos e empresas que se alinhem aos seus ideais e propósitos. Se por um lado os jovens são considerados uma ponte para o futuro do trabalho, por outro, a longevidade é vista como um desafio — basta ver quantos profissionais já foram demitidos por conta da idade, por exemplo. Isso mostra que a discriminação contra pessoas mais velhas existe e precisa ser superada. Mas como?

Felizmente, as empresas estão começando a compreender que assim como gênero, raça, etnia, orientação sexual, entre outros marcadores sociais, a idade também é um tipo de diversidade. Hoje, a contratação de profissionais 50+ virou uma política de Diversidade e Inclusão, mas como isso está sendo colocado em prática? Será que está sendo efetivo? Na MAPFRE, temos exemplos de profissionais maduros nas mais diversas áreas da organização, do call center ao escritório. Certamente cada um está em um estágio diferente da vida e tem níveis mais altos de experiência em



**Tatiana Cerezer é diretora de comunicação e marketing da MAPFRE**  
Tatiana Cerezer is Director of Communications and Marketing at MAPFRE

Have you ever considered that for the first time we have four generations of professionals working together? I love this plurality, but I also know that it brings some impasses. No doubt the new generations are demanding and building new practices. They have different expectations about what they want from work, including greater flexibility, more collaborative environments, and companies that align with their ideals and purposes. If on the one hand young people are considered a bridge to the future of work, on the other longevity is seen as a challenge - just look at how many professionals have already been fired because of their age, for example. This shows that discrimination against older people exists and needs to be overcome. But how?

Fortunately, companies are starting to understand that just like gender, race, ethnicity, sexual orientation, among other social markers, age is also a type of diversity. Today, hiring 50+ professionals has become a Diversity and Inclusion policy, but how is this being put into practice? Is it actually taking place?

At MAPFRE we have examples of mature professionals in the most diverse areas of the organization, from call center to the office. Of course each one is at a different stage of life and has higher levels of experience compared to the younger ones, but we have managed to create an

relação aos mais novos, mas conseguimos criar um ambiente onde essas disparidades não são um empecilho e todos convivem bem.

Para mim, é inegável que as empresas ganham muito com as habilidades, experiências e perspectivas de pessoas com perfis e idades diferentes. Mas é preciso que elas estabeleçam uma cultura que não só garanta que essas diferenças sejam compreendidas e respeitadas, mas que promova um espaço onde todos possam coexistir e compartilhar ideias e aprendizados.

Claro que um quadro de colaboradores multigeracional traz novos desafios, mas os ambientes de trabalho precisam evoluir, assim como as lideranças. Elas precisam estar preparadas para lidar com essa diversidade e para criar um ambiente onde todos trabalham em harmonia. Pensando nisso, separei algumas ideias que podem melhorar a integração entre esses profissionais.

Reconhecer e compreender as diferenças: cada pessoa tem seus desejos, necessidades, preferências e expectativas. O segredo é conhecer o que motiva cada um, entender como é seu estilo de trabalho, saber das suas experiências. As diferenças de idade podem e devem ser usadas para criar um local de trabalho mais dinâmico, produtivo e complementar.

Desconstruir estereótipos é essencial: convido você a se colocar no lugar do outro por um instante. Tente imaginar como é ter alguém tirando conclusões precipitadas sobre como você faz seu trabalho, o que você sabe, quem você é. Tudo isso baseado em ideias pré-estabelecidas sobre sua idade ou particularidades da sua geração. Envolve os colaboradores, fale abertamente sobre etarismo e mostre como é possível, no dia a dia, abandonar atitudes, expressões e outros vieses inconscientes que reforçam estereótipos.

Incentive a troca de aprendizado e conhecimento: pessoas com idades diferentes podem aprender muito umas com as outras, afinal, todo mundo tem uma bagagem única. Isso merece ser compartilhado, não acha? As lideranças precisam incentivar essa troca para que os profissionais aprendam não só a valorizar as particularidades do outro, mas a absorver lições que podem ser valiosas e desenvolver suas próprias habilidades.

Adapte seu estilo de comunicação: por fim, nada disso seria eficaz sem uma boa comunicação. Quando falamos de múltiplas gerações, precisamos entender que nem todas se comunicam da mesma forma. Isso vale tanto para os canais quanto para o nível de formalidade. Muitas vezes precisamos nos adequar e adaptar as mensagens de acordo com o público com o qual estamos nos comunicando. Isso torna o diálogo mais claro, acessível e apropriado.

Diante de tudo isso, posso dizer que a diversidade geracional importa — e muito! Mesclar e ampliar diferentes faixas etárias promove trocas bastante significativas, capazes de impactar positivamente as tomadas de decisão e impulsionar o desempenho do negócio.

environment where these disparities are not a hindrance and everyone gets along well.

To me it is undeniable that companies gain a lot from the skills, experiences, and perspectives of people with different profiles and ages. But they need to establish a culture that not only ensures that these differences are understood and respected, but that promotes a space where everyone can coexist and share ideas and learning. Of course, a multigenerational workforce brings new challenges, but work environments need to evolve, and so do leaders. They need to be prepared to deal with this diversity and to create an environment where everyone works in harmony. With this in mind, I've selected some ideas that can improve the integration between these professionals.

Recognize and understand the differences: each person has their own desires, needs, preferences, and expectations. The key is to know what motivates each person, to understand what their work style is like, to learn about their experiences. Age differences can and should be used to create a more dynamic, productive, and complementary workplace.

Deconstructing stereotypes is essential: I invite you to put yourself in the other person's shoes for a moment. Try to imagine what it is like to have someone jumping to conclusions about how you do your job, what you know, who you are. All this based on preconceived ideas about your age or the particularities of your generation. Involve employees, talk openly about ageism, and show how it is possible, on a daily basis, to leave behind attitudes, expressions, and other unconscious biases that reinforce stereotypes.

Encourage the exchange of learning and knowledge: people of different ages can learn a lot from each other, after all, everyone has a unique baggage. This deserves to be shared, don't you think? Leaders need to encourage this exchange so that professionals learn not only to appreciate each other's particularities, but also to absorb lessons that can be valuable and develop their own skills.

Adapt your communication style: Finally, none of this would be effective without good communication. When we talk about multiple generations, we need to understand that not all of them communicate in the same way. This applies to both the channels and the level of formality. We often need to adapt and tailor our messages according to the audience we are communicating with. This makes the dialog clearer, more accessible, and more appropriate.

In view of all this, I can say generational diversity matters - a lot! Mixing and expanding different age groups promotes very significant exchanges, capable of positively impacting decision-making and boosting business performance.

# Evento destaca qualificação e também relacionamentos do mercado na região Norte

## Event highlights qualification and also market relationships in the North region



**Erico Parente, presidente do Sincor AM/RR**  
Erico Parente, Sincor's AM/RR president

O CongreNorte – Congresso Norte de Corretores de Seguros reuniu nos dias 28 e 29 de junho, mais de 800 profissionais da região e de todo o país. O evento idealizado e realizado pelos sindicatos de corretores de da Região Norte, este ano aconteceu em Manaus, tendo o Sincor Amazonas - Roraima como anfitrião.

“Nosso objetivo é o de promover o melhor networking possível e ajudar os corretores de seguros, principalmente os da região Norte, a se desenvolverem cada vez mais, fazendo com que evoluam profissionalmente e cresçam seus negócios, aproveitando todas as oportunidades que a região possui e de forma sustentável”, declarou o presidente do Sincor AM/RR, Erico Parente, na abertura do evento. Ele esteve acompa-

CongreNorte - Northern Congress of Insurance Brokers gathered on June 28 and 29, more than 800 professionals from the region and from all over the country. The event idealized and carried out by the broker unions of the Northern Region, this year took place in Manaus, with Sincor Amazonas - Roraima as host.

“Our goal is to promote the best possible networking and help insurance brokers, especially those in the North region, to develop more and more, helping them evolve professionally and grow their business, taking advantage of all the opportunities that the region has to offer and in a sustainable way”, declared the president of Sincor AM / RR, Erico Parente, at the opening of the event. He was accompanied by colleagues: Jair



nhado dos colegas: Jair Conceição, presidente do Sincor Tocantins; Margarete Braga, presidente do Sincor Pará; e Tiago Sarturi, presidente do Sincor Rondônia e Acre.

Erico Parente destacou a importância dos eventos e cursos de qualificação para desenvolver ainda mais o mercado de seguros na região Norte. “No Estado do Amazonas, temos 512 profissionais habilitados e apenas 370 empresas corretoras de seguros, para uma população de 3.941.175 habitantes, segundo o último Censo. O Estado do Pará, por exemplo, tem 410 empresas corretoras de seguros para uma população de 8.116.132 habitantes. O total de corretoras de seguros para toda a região Norte é de apenas 1.198 empresas. São milhares as cidades mais afastadas dos centros onde existe demanda por produtos de seguros, e os consumidores acabam sem ter acesso às oportunidades que o mercado segurador oferece principalmente por falta de conhecimento e orientação, trabalho que deve ser realizado por um corretor habilitado. Para aqueles que já têm a habilitação, a formação deve ser constante também para se manterem fortes e atuantes”.

O presidente da Fenacor, Armando Vergílio, ressaltou a importância de levar qualificação ao corretor, que é o grande distribuidor de seguros no Brasil. “90% de todos os contratos de seguros são feitos pelas mãos dos corretores. Somos hoje mais de 130 mil profissionais em todo o país, um pouco menos de 3 mil na região Norte. Essas 58 mil corretoras em atividade no Brasil empregam milhares de pessoas, a maioria está na ponta, nas vendas, por isso a qualificação é objeto de preocupação e de foco do setor”, disse. Vergílio explicou o sucesso do corretor de seguros no mercado. “O corretor é um assessor, um consultor, outros países ficam encantados com nosso modelo de distribuição no Brasil, em que o distribuidor não custa nada para a seguradora, faz a prospecção do negócio, boa parte da subscrição, gestão do risco, e com parte do que a seguradora recebe do cliente ela vai remunerar. E não para aí, tem durante toda a vigência da apólice um trabalho de assessoramento ao cliente. É o melhor cobrador de parcelas em atraso da seguradora. E na hora do sinistro, é mais ‘sinistro’ para nós corretores do que para qualquer um, porque estamos sempre a postos, o corretor não deixa faltar proteção, amparo, atende o segurado”, defendeu.

Com esse perfil, o corretor não pode deixar de investir em tecnologia, precisa estar contextualizado com o tempo presente, com as ferramentas tecnológicas, “que não são ameaça, mas grande aliada do corretor de seguros”. “As insurtechs que não incluíram o corretor deram com os burros n’água, porque quem quer o corretor é o consumidor. Precisamos proteger as pessoas e as suas conquistas, entender que é uma responsabilidade muito grande, para que possamos cumprir nossa missão com qualificação, não deixar nunca de se atualizar. Com tecnologia e aperfeiçoamento o corretor de seguros continuará sendo relevante na região Norte e em qualquer outra do país”. (Fonte: Ruco Comunicação)

Conceição, president of Sincor Tocantins; Margarete Braga, president of Sincor Pará; and Tiago Sarturi, president of Sincor Rondônia and Acre.

Erico Parente highlighted the importance of events and qualification courses to further develop the insurance market in the North region. “In the State of Amazonas, we have 512 qualified professionals and only 370 insurance brokerage companies, for a population of 3,941,175 inhabitants, according to the last Census. The State of Pará, for example, has 410 insurance brokerage firms for a population of 8,116,132 inhabitants. The total number of insurance brokers for the entire Northern region is only 1,198 companies. There are thousands of cities farther from the centers in which there is demand for insurance products, and consumers end up without access to the opportunities that the insurance market offers mainly due to lack of knowledge and guidance, this kind of work must be carried out by a qualified broker. For those who already have the qualification, training must also be constant in order to remain strong and active”.

The president of Fenacor, Armando Vergílio, stressed the importance of bringing qualification to the brokers, for they are the great distributors of insurance in Brazil. “90% of all insurance contracts are signed as a result of the work of brokers. We are now more than 130,000 professionals across the country, a little less than 3,000 in the North region. These 58,000 active brokers in Brazil employ thousands of people, most of whom are at the top, in sales, so qualification is the object of concern and focus of the sector,” he said. Vergílio explained the success of the insurance broker in the market. “The brokers work as advisors and consultants, other countries are amazed with our distribution model in Brazil, in which the distributors costs nothing to the insurance company, they are responsible for the prospecting of the business, much of the underwriting, risk management, and the insurer will pay them with part of what the company receives from clients. And it does not stop there, throughout the duration of the policy they offer an advisory work to the client. The brokers are the insurer’s best collector of overdue installments. When it comes to the loss occurrence, it is more “loss” for us brokers than for anyone, because we have to be always ready, the broker will offer protection, support, and will be responsible for the customer care of the insured”, he declared.

With such profile, the brokers cannot fail to invest in technology, they need to be contextualized and up to date, with technological tools, “which are not a threat, but a great ally of the insurance broker”. “Insurtechs that did not include the broker fell short, because the consumer wants to be assisted by the broker. We need to protect people and their achievements, understand that we deal with a very big responsibility, so that we can fulfill our mission with qualification, never stop updating ourselves. With technology and improvement, the insurance broker will continue to be relevant in the North region and in any other region of the country.” (Source: Ruco Comunicação)

# eBaoTech®

make insurance easy



Weliton Costa, Business Development Director LATAM da eBaoTech.

# Com foco em seguir na vanguarda, eBaoTech antecipa tendências e prepara novidades

## With focus on staying at the forefront, eBaoTech anticipates trends and prepares news

*Desempenho da plataforma InsureMo no modelo PaaS e Embedded Insurance devem manter a posição de liderança global da companhia no setor de seguros*

*InsureMo platform in the PaaS model and Embedded Insurance expected to maintain the company's global leadership position in the insurance industry*

Com apenas 23 anos de fundação, presente no Brasil desde 2009, a eBaoTech já possui um currículo invejável. Além de possuir operações em mais de 40 países, com presença nos cinco continentes, a multinacional já é responsável pela gestão de mais de US\$ 20 bilhões em prêmios anuais de seguros, em sua nova solução, o InsureMO.

Não à toa, a companhia é a líder global em tecnologia para o setor. Fundada no ano 2000 com a missão de “tornar os seguros mais fáceis”, hoje se destaca como uma provedora de soluções digitais, atendendo mais de 500 parceiros entre seguradoras, corretoras, fintechs, insurtechs e outros players desse ecossistema.

Por ser um mercado altamente competitivo e que conta com sucessivas inovações tecnológicas, a companhia já começou a pensar nos próximos passos para se manter na vanguarda do setor. O mais recente deles foi a decisão de disponibilizar o InsureMO (Insurance Middle Office) no modelo PaaS (Plataforma as a Service) em todos os países em que atua.

Founded only 23 years ago and present in Brazil since 2009, eBaoTech already has an enviable curriculum. In addition to having operations in more than 40 countries, with a presence on five continents, the multinational is already responsible for managing more than US\$ 20 billion in annual insurance premiums, in its new solution, InsureMO.

No wonder the company is the global leader in technology for the sector. Founded in the year 2000 with the mission of “making insurance easier”, it stands out today as a provider of digital solutions, serving more than 500 partners including insurers, brokers, fintechs, insurtechs and other players in this ecosystem.

As it is a highly competitive market with successive technological innovations, the company has already begun to plan the next steps to remain at the forefront of the sector. The most recent of these was the decision to make InsureMO (Insurance Middle Office) available in

“Fomos percebendo que todo o ecossistema de seguros - incluindo operadoras, parceiros de distribuição de afinidade e ISV em seguros - estavam buscando construir seus próprios aplicativos para atender às necessidades dinâmicas e em evolução de infinitos casos de uso de seguros”, disse Weliton Costa, Business Development Director LATAM da eBaoTech.

“Assim, fazia muito sentido disponibilizarmos a plataforma nesse outro modelo, que permite atuar como um acelerador para criação e desenvolvimento de apps, aumentando, empoderando e, ao mesmo tempo, permitindo maior autonomia para os nossos clientes e parceiros”, completou.

Aqui no Brasil, apesar do uso do InsureMo no modelo PaaS ainda ser algo recente, a expectativa é que a sua utilização cresça gradativamente, seguindo a tendência observada em outros mercados, guardadas as devidas diferenças de maturidade e desenvolvimento.

“Por aqui o interesse aumentou devido a duas questões principais. Primeiro porque nesse ambiente o próprio desenvolvedor pode personalizar suas aplicações e fazer testes diretamente em seus aplicativos. Segundo, porque esse modelo gera

menor custo para clientes e parceiros, já que como a infraestrutura está garantida, os desenvolvedores podem ficar focados apenas na criação do código”, explicou Weliton.

Paralelamente a inovação no campo tecnológico, a eBaoTech busca antecipar tendências. O fato de ser uma multinacional com operações em mercados mais maduros - como os Estados Unidos, Europa e alguns países da Ásia - permite que a companhia se prepare para atender demandas futuras em outros países. Um bom exemplo é o Embedded Insurance (seguro conectado), já bastante incorporado ao dia a dia dos norte-americanos, mas ainda engatinhando aqui no Brasil.

“Aqui nos Estados Unidos, em vez de comprar um produto de seguro separadamente, os consumidores podem

the PaaS model (Platform as a Service) in all countries where it operates.

“We began to realize that the entire insurance ecosystem - including carriers, affinity distribution partners and insurance ISVs - were looking to build their own applications to meet the dynamic and evolving needs of infinite insurance use cases,” said Weliton Costa, Business Development Director LATAM at eBaoTech .

“Thus, it made a lot of sense for us to make the platform available in this other model, which allows us to act as an accelerator for the creation and development of apps, increasing, empowering and, at the same time, allowing greater autonomy for our customers and partners”, he added.

Here in Brazil, although the use of InsureMo in the PaaS model is still something recent, the expectation is that its use will grow gradually, following the trend observed in other markets, considering the differences in maturity and development.

“Around here, interest has increased due to two main issues. First, because in this environment the developers themselves can customize their applications and test them directly in their own apps. Second, because this model generates lower

costs for customers and partners, as the infrastructure is guaranteed, developers can focus solely on creating the code,” explained Weliton.

In parallel with innovation in the technological field, eBaoTech seeks to anticipate trends. The fact that it is a multinational with operations in more mature markets - such as the United States, Europe and some countries in Asia - allows the company to prepare itself to meet future demands in other countries. A good example is Embedded Insurance (connected insurance) , already quite incorporated into the daily lives of North Americans, but still in its infancy here in Brazil.

“Here in the United States, instead of purchasing an insurance product separately, consumers can purchase it



**Rafael Rodrigues**

adquiri-lo como parte de outro produto ou serviço, como uma compra online, um empréstimo, um cartão de crédito ou até mesmo um carro novo. O seguro está realmente conectado”, explica Rafael Rodrigues, que atualmente vive no país e responde como Americas Engagement Director da eBaoTech Corporation.

Como esse modelo de negócio envolve diversos elementos em sua estratégia comercial - permitindo que qualquer empresa possa se conectar às ofertas de seguros e oferecê-las dentro da jornada de consumo de produtos e serviços dos seus clientes – sua aplicação ainda está em desenvolvimento no Brasil.

“Entre as vantagens que esse processo de aquisição do seguro traz, estão a facilidade de aquisição para os consumidores e a facilidade de customizá-lo para se adequar a diferentes perfis de risco, tornando-o mais atraente para aqueles que buscam soluções personalizadas e adaptadas às suas necessidades. Por fim, o Embedded Insurance pode ser uma fonte de receita adicional para empresas que oferecem esses produtos e serviços, o que pode ser benéfico para o crescimento dos negócios”, lembrou Rafael.

Outra novidade que vem daquele país – e que está em fase avançada de análise para trazer também ao Brasil – é o MyTrucksure, um aplicativo SaaS desenvolvido especificamente para o mercado de seguros envolvendo caminhões comerciais, para operadoras de seguros, MGA’s, corretores e insurtechs, bem como sindicatos Lloyd’s e grupos de retenção de risco.

“Essa solução pode ser aplicada em organizações de diferentes tamanhos e para qualquer pessoa que esteja procurando vender e prestar serviços de seguro para a indústria altamente especializada de caminhões dos Estados Unidos”, garantiu Martin Crew, GM eBaoTech Americas & MyTrucksure.com.

Segundo ele, o MyTrucksure oferece suporte a um ciclo de vida de apólice totalmente digital - incluindo precificação, cotação, emissão, endossos, renovação e cancelamento -

as part of another product or service, such as an online purchase, a loan, a credit card or even a new car. Insurance is really connected”, explains Rafael Rodrigues, who currently lives in the country and responds as Americas Engagement Director of eBaoTech Corporation.

As this business model involves several elements in its commercial strategy - allowing any company to connect to insurance offers and offer them within the consumer journey of its customers’ products and services - its

application is still under development in Brazil.

“Among the advantages that this insurance acquisition process brings are the ease of acquisition for consumers and the ease of customizing it to suit different risk profiles, making it more attractive for those seeking personalized and adapted solutions. to your needs. Finally, the built-in insurance can be a source of additional income for companies that offer these products and services, which can be beneficial for business growth,” recalled Rafael.

Another novelty that comes from that country – and which is at an advanced stage of analysis to bring it to Brazil as well – is MyTrucksure , a SaaS application developed specifically for the insurance market involving commercial trucks,

for insurance operators, MGA’s, brokers and insurtechs, as well as Lloyd’s Syndicates and risk retention groups.

“This solution can be applied to organizations of all sizes and to anyone looking to sell and service insurance to the highly specialized US truck industry,” said Martin Crew , GM eBaoTech Americas & MyTrucksure.com.

According to him, MyTrucksure provides support to a fully digital policy lifecycle - including pricing, quotation, issuance, endorsements, renewal and cancellation - ready to collect data specific to the trucking ecosystem, including owner-operator, carrier, fleet and driver information. “The app is connected to a growing ecosystem of truck-specific third-party data and services and meets all demands for truck sales and insurance, including vehicle report recovery (MVR), state liability insurance



**Martin Crew**

pronto para a coleta de dados específicos do ecossistema de caminhões, incluindo proprietário-operador, transportadora, frota e informações do motorista.

“O aplicativo está conectado a um ecossistema crescente de dados e serviços de terceiros específicos para caminhões e atende a todas as demandas para a venda e seguro do caminhão, incluindo recuperação de relatórios de veículos (MVR), relatórios de seguro de responsabilidade civil estadual, validação de dados do caminhão e motorista, e financiamento do prêmio de seguros”.

O aplicativo do MyTrucksure é alimentado pelo InsureMO – a plataforma de seguros que

pode ser utilizada em qualquer produto e canal, a partir da sua capacidade de se conectar com outras aplicações - e é baseada nas mais avançadas tecnologias como microsserviços, API REST e arquitetura nativa em nuvem (hospedado na Amazon Web Services - AWS).

Independentemente dessas novidades, o CEO global da eBaoTech, Woody Mo, garante que o foco da companhia nos próximos anos estará além da comercialização da solução InsureMO para as companhias de seguro.

“Nós continuaremos crescendo nossos negócios, não apenas na venda de soluções de softwares, mas também na construção de uma plataforma uniforme, através do InsureMO, para conectar seguros agregados que poderão ser utilizados por insurtechs e por outras empresas de tecnologia, de forma que muitos negócios de seguros possam ser feitos em tempo real e em muitas outras indústrias”, concluiu. (Agência Pauta Vip)



**Woody Mo**

reports, validation of truck and driver data, and insurance premium financing”.

MyTrucksure app is powered by InsureMO – the insurance platform that can be used in any product and channel, based on its ability to connect with other applications - and is based on the most advanced technologies such as microservices, REST API and cloud-native architecture (hosted on Amazon Web Services - AWS).

In addition to these news, the global CEO of eBaoTech,

Woody Mo, guarantees that the company’s focus in the coming years will go beyond the commercialization of the InsureMO solution for insurance companies. “We will continue to grow our business, not only selling software solutions, but also building a uniform platform, through InsureMO, to connect aggregated insurance that can be used by insurtechs and other technology companies, so that many insurance deals can be done in real time and in many other industries”, he concluded.

**A multinacional já é responsável pela gestão de mais de US\$ 20 bilhões em prêmios anuais de seguros, em sua nova solução, o InsureMO.**  
**The multinational is already responsible for managing more than US\$ 20 billion in annual insurance premiums, in its new solution, InsureMO.**



# SODRÉ SANTORO

LEILÕES PRESENCIAIS E ONLINE

# REINVENTE SUA MANEIRA DE VENDER

## LEILÕES DIÁRIOS



Veículos



Sucatas



Materiais



Imóveis



Judiciais

**13 PÁTIOS PARA ARMAZENAGEM E ORGANIZAÇÃO DE LEILÕES QUE SOMAM MAIS DE 2 MILHÕES DE M<sup>2</sup>:**  
ARICANDUVA · BAURU · CAÇAPAVA · CESÁRIO LANGE · CURITIBA I  
CURITIBA II · GUARULHOS I · GUARULHOS II · LIMEIRA · MONTE MOR  
RIBEIRÃO PRETO · SERTÃOZINHO · VILA MEDEIROS

**SITE COM A MAIOR AUDIÊNCIA DO SEGMENTO**

**TECNOLOGIA DE PONTA PARA PROPORCIONAR A MELHOR E MAIS SEGURA EXPERIÊNCIA EM LEILÕES**

**MAIS DE 1 MILHÃO DE CLIENTES COMPRADORES CADASTRADOS**

**SERVIÇO DE REMOÇÃO PARA VENDERORES E DELIVERY PARA COMPRADORES**

**MARKETING ESTRATÉGICO**

**PUBLICAÇÃO DE EDITAL EM JORNAL DE ABRANGÊNCIA NACIONAL**

**APROXIMADAMENTE 80% DE CONVERSÃO EM VENDAS COM MAIS DE 7.000 LOTES VENDIDOS/MÊS**



**f** SODRESANTORO  
**@** SODRESANTORO  
**▶** LEILAOSODRESANTORO  
**☎** (11) 2464-6464  
**☎** (11) 97777-1244

**WWW.SODRESANTORO.COM.BR**

Aponte a câmera do seu celular para o código acima e acesse nosso site.

# Lockton adquire a concorrente THB Brasil

## Lockton acquires competitor THB Brasil



Da esquerda para direita: Eduardo Lucena, José Otávio Sampaio, Felipe Leão de Moura  
From left to right: Eduardo Lucena, José Otávio Sampaio, Felipe Leão de Moura

Lockton anunciou a aquisição da THB Brasil, empresa do grupo Amwins, considerado maior wholesale broker dos Estados Unidos. A partir de agora, Eduardo Lucena, CEO da THB Brasil, assume como deputy CEO da Lockton Brasil. Com a compra Lockton, se torna uma corretora que gerencia mais de R\$ 3 bilhões em prêmios de seguros.

“As duas companhias separadamente, Lockton e THB, apresentaram bom desempenho nos últimos anos. Com essa transação, a empresa se tornará ainda melhor, permitindo uma expansão significativa e duradoura no relacionamento com nossos clientes, seguradoras e resseguradoras. Criaremos mais oportunidades aos nossos colaboradores para alcançarmos juntos o nosso objetivo de dobrar de tamanho nos próximos 3 anos”, destacou Lucena.

Lockton announced the acquisition of THB Brasil, a company from Amwins Group, considered the largest wholesale broker in the United States. From now on, Eduardo Lucena, CEO of THB Brasil, takes over as deputy CEO of Lockton Brasil. With the purchase Lockton, becomes a brokerage that manages more than R\$ 3 billion in insurance premiums. “The two companies separately, Lockton and THB, have shown good performance in recent years. With this transaction, the company will become even better, allowing for a significant and lasting expansion in the relationship with our customers, insurers and reinsurers. We will create more opportunities for our employees to achieve together our goal of doubling in size over the next three years,” emphasized Lucena.



A aquisição da THB é um dos investimentos feitos pela Lockton com o objetivo de expandir suas operações no mercado brasileiro. Recentemente, a corretora atraiu os melhores talentos em Risk Solutions, People Solutions e Reinsurance. Com a THB, a Lockton reforça seu time comercial, expande sua capacidade no País e abre oportunidades de novos negócios e no desenvolvimento de produtos.

“O mercado de seguros brasileiro deve crescer nos próximos anos e, para mantermos nossa competitividade, precisamos inovar constantemente para atender às necessidades de nossos clientes”, menciona Eduardo Lucena, CEO da THB Brasil, em nota. “Estamos entusiasmados para unirmos forças com a Lockton e fazermos parte desta cultura independente, centrada no cliente e focada em pessoas”. Segundo Lucena informou, a Lockton Brasil terá como meta dobrar o faturamento em prêmios ao longo de três anos para R\$ 6 bilhões. “Ficamos com escala bem maior em termos de número de clientes e a escala global da Lockton vai nos ajudar a acelerar o crescimento no Brasil”, destacando oportunidade de crescimento no mercado local em áreas como seguros financeiros, seguro garantia, seguro de propriedades, além de seguro saúde, odonto e de vida empresariais.

A combinação de dois grandes players do mercado de seguros e consultoria, líderes do mercado de seguros brasileiro e de People Solutions, viabilizando acesso a soluções inovadoras para todos os clientes, garantem os executivos em comunicado.

The acquisition of THB is one of the investments made by Lockton with the aim of expanding its operations in the Brazilian market. Recently, the brokerage attracted the best talents in Risk Solutions, People Solutions and Reinsurance. With THB, Lockton strengthens its commercial team, expands its capacity in the country and opens opportunities for new business and product development.

“The Brazilian insurance market should grow in the coming years and, to maintain our competitiveness, we need to constantly innovate to meet the needs of our customers,” mentions Eduardo Lucena, CEO of THB Brasil, in a statement. “We are excited to join forces with Lockton and be part of this independent, customer-centric and people-focused culture.”

According to Lucena informed, Lockton Brasil will have the goal of doubling its revenue in premiums over three years to R\$ 6 billion. “We have a much

larger scale in terms of number of clients and Lockton’s global scale will help us accelerate growth in Brazil,” highlighting growth opportunities in the local market in areas such as financial insurance, warranty insurance, property insurance, in addition to health, dental, and corporate life insurance.

The combination of two major players in the insurance and consulting market, leaders in the Brazilian insurance market and People Solutions, enabling access to innovative solutions for all clients, assure the executives in a statement.

**Com a compra Lockton, se torna uma corretora que gerencia mais de R\$ 3 bilhões em prêmios de seguros.**

**With the purchase Lockton, becomes a brokerage that manages more than R\$ 3 billion in insurance premiums.**

#### **A configuração dos Executivos da Lockton:**

CEO da Lockton Brasil, permanece José Otávio Sampaio;  
CEO da THB Brasil, Eduardo Lucena, torna-se deputy CEO da Lockton Brasil;  
Presidente da THB Brasil, Felipe Leão de Moura, assume a operação de Risk Solutions;  
Marcelo Avena, continua à frente de People Solutions;  
Conrado Malburg, se mantém responsável por Reinsurance;  
e Carlos Eduardo Sarkovas, continua no comando da área comercial.

#### **Lockton’s Executive configuration:**

CEO of Lockton Brasil, remains José Otávio Sampaio;  
CEO of THB Brasil, Eduardo Lucena, becomes deputy CEO of Lockton Brasil;  
President of THB Brasil, Felipe Leão de Moura, assumes the Risk Solutions operation;  
Marcelo Avena, continues ahead of People Solutions;  
Conrado Malburg, remains responsible for Reinsurance;  
and Carlos Eduardo Sarkovas, remains in charge of the commercial area.

# Evento acontece com recorde de participantes e expositores

## Event happens with record number of participants and exhibitors

A 6ª edição do Insurtech Brasil 2023 - considerado um dos principais eventos de tecnologia e inovação para o mercado segurador - terminou com números bastante positivos. O encontro reuniu quase 1,1 mil congressistas, incluindo representantes de vários outros segmentos como varejistas, fintechs e big techs. Pioneiro em sua proposta, o evento manteve a tradição de contribuir para o desenvolvimento do ecossistema de seguros

através da oferta de insumos para a inovação e a expansão do setor para além de suas fronteiras. Este ano, por exemplo, o encontro contou com a participação de empresas como o Nubank, iFood, Kabum e Sem Parar ao longo da sua programação.

“Um dos motivos para atrairmos representantes de vários segmentos é essa proposta diferenciada que somente o Insurtech Brasil proporciona. O mercado segurador tem muito potencial e hoje a tecnologia nos permite avançarmos na construção de parcerias com outros setores da economia”, garante José Prado, CEO do Insurtech Brasil.

Outro destaque desta edição foi a presença de Alessandro Octaviani, superintendente da Superintendência de Seguros Privados (Susep), na abertura do Insurtech Brasil 2023. Em sua primeira participação pública, ele apresentou a visão da autarquia sobre inovação e regulamentação aos presentes.



The 6th edition of Insurtech Brasil 2023 - considered one of the main technology and innovation events for the insurance market - ended with very positive numbers. The meeting gathered almost 1,100 congress members, including representatives from several other segments such as retailers, fintechs and big techs. Pioneer in its proposal, the event kept the tradition of contributing to the development of the insurance ecosystem by

offering inputs for innovation and the expansion of the sector beyond its borders. This year, for instance, the meeting had the participation of companies such as Nubank, iFood, Kabum, and Sem Parar throughout its program. “One of the reasons why we attract representatives from various segments is this unique proposal that only Insurtech Brasil provides. The insurance market has a lot of potential and today technology allows us to move forward in building partnerships with other sectors of the economy”, guarantees José Prado, CEO of Insurtech Brasil. Another high spot of this edition was the presence of Alessandro Octaviani, Superintendent of the Superintendence of Private Insurance (Susep), at the opening of Insurtech Brasil 2023. In his first public appearance, he presented the autarchy’s vision on innovation and regulation to those present. Finally, the event kept its proposal to debate the most relevant themes of the moment for the sector, such as insuran-

Por fim, o evento manteve sua proposta de debater os temas de maior relevância do momento para o setor, como a distribuição de seguros (Embedded Insurance) - abordado em diferentes momentos do encontro - Dados e Analytics, Inteligência Artificial Generativa e Open Insurance.

Outro assunto que repercutiu positivamente foi o painel sobre ESG (sigla para Environmental, Social, and Corporate Governance), que abordou como players do setor podem usar as práticas sustentáveis para gerar novas oportunidades de negócios.

A diversidade de participantes e conteúdos fez com que o Insurtech Brasil 2023 reunisse as principais lideranças do mercado de seguros. Na edição deste ano, os chamados C-Levels - CEO, CTO, COO, CFO, entre outros - foram 54% do público inscrito, quase 5% acima da edição passada. Todos esses ingredientes contribuíram para o crescimento do evento. Na comparação com o ano passado, o volume de parceiros aumentou em torno de 20%. Para Juliana Montez, organizadora do encontro, essa crescente aceitação mostra a maturidade que o encontro alcançou.

“O Insurtech Brasil 2023 foi um grande sucesso e os números confirmam isso. Acredito que estamos no caminho certo, não apenas pela crescente adesão, mas principalmente porque estamos em sintonia com as principais demandas do mercado segurador, que está se transformando por meio de novas propostas de tecnologia e integração com novos perfis de parceiros, o que se reflete no nosso universo de patrocinadores e participantes”.

Em sua 6ª edição, o evento contou com mais de 70 especialistas, gerando quase 30 horas de conteúdo exclusivo. Ao todo foram 31 painéis abordando temas atuais e relevantes para o setor como Dados e Analytics, Inteligência Artificial Generativa, ESG e Open Insurance, além da distribuição de seguros.

Quem não pôde acompanhar os debates ao vivo, encontrará a cobertura completa do que foi discutido nos painéis acessando a página do evento em <https://insurtechbrasil.com/>. Vale lembrar que a próxima edição do Insurtech Brasil está agendada para acontecer em junho de 2024.

O Insurtech Brasil 2023 contou com o apoio da Icatu Seguros, Sensedia, Neoway, BB Seguros, Sem Parar, Mapfre, eBaoTech, Sompo Seguros, idwall, Tivit, Chubb, IZA, Teros, Akad Seguros, ITG, OutSystems, add, EZZE Seguros, Capgemini, TecBan, Marsh McLennan, Guy Carpenter, Picketow, Meu Pet Club, Suthub, Cm.com Brasil, Alper Seguros, Confitec, Assurant e Naapi. (Agência Pauta Vip).



ce distribution (Embedded Insurance) - approached in different moments of the meeting - Data and Analytics, Generative Artificial Intelligence and Open Insurance. Another subject that had a positive repercussion was the panel on ESG (acronym for Environmental, Social, and Corporate Governance), which approached how players in the sector can use sustainable practices to generate new business opportunities.

The diversity of participants and contents made Insurtech Brasil 2023 bring together the main leaders of the insurance market. In this year's edition, the so-called C-Levels - CEO, CTO, COO, CFO, among others - accounted for 54% of the registered audience, almost 5% more than in the previous edition.

All these ingredients contributed to the growth of the event. In comparison with last year, the volume of partners increased by around 20%. For Juliana Montez, organizer of the meeting, this growing acceptance shows the maturity that the meeting has reached.

“Insurtech Brasil 2023 was a great success, and the numbers confirm this. I believe we are on the right track, not only because of the growing adhesion, but mainly because we are in tune with the main demands of the insurance market, which is changing through new technology proposals and integration with new partner profiles, which is reflected in our universe of sponsors and participants”.

In its 6th edition, the event had more than 70 specialists, generating almost 30 hours of exclusive content. In total, there were 31 panels covering current and relevant topics for the industry such as Data and Analytics, Generative Artificial Intelligence, ESG and Open Insurance, as well as insurance distribution.

Those who could not follow the debates live will find complete coverage of what was discussed in the panels accessing the event page at <https://insurtechbrasil.com/>. It is worth remembering that the next edition of Insurtech Brasil is scheduled to take place in June 2024.

Insurtech Brasil 2023 had the support of Icatu Seguros, Sensedia, Neoway, BB Seguros, Sem Parar, Mapfre, eBaoTech, Sompo Seguros, idwall, Tivit, Chubb, IZA, Teros, Akad Seguros, ITG, OutSystems, add, EZZE Seguros, Capgemini, TecBan, Marsh McLennan, Guy Carpenter, Picketow, Meu Pet Club, Suthub, Cm.com Brasil, Alper Seguros, Confitec, Assurant and Naapi (Agência Pauta Vip).

# MAPFRE celebra 90 anos de atuação global

## MAPFRE celebrates 90 years of global operations

*Grupo é líder no país no ramo de seguros para o Agronegócio, Grandes Riscos e seguro de Pessoas*  
*The Group is the country's leader in Agribusiness, Large Risks and Personal insurance.*



A MAPFRE, uma das maiores empresas do mercado segurador e financeiro do mundo, comemora em 2023 seus 90 anos de operação multinacional. Presente no Brasil desde 1992, a companhia considera o país um mercado estratégico para seus negócios, sendo que no último ano, o Brasil se firmou como a segunda região mais relevante em termos de lucratividade para o Grupo.

Formada por uma equipe de quase 3 mil colaboradores na Regional brasileira, a MAPFRE possui um portfólio diversificado em seguros para pessoas físicas e jurídicas, assistência, previdência, capitalização, consórcios, entre outros serviços financeiros. Atualmente, o Grupo MAPFRE é líder no Brasil na arrecadação de prêmios no seguro Rural, com mais de 65% de participação de mercado e ocupa a primeira colocação no ramo de seguros para Pessoas e em Grandes Riscos. As receitas da companhia vêm crescendo de forma consistente nos últimos anos. Em 2022, a MAPFRE apresentou um lucro líquido de 144 milhões de euros no Brasil, o que

MAPFRE, one of the largest insurance and financial market companies in the world, is celebrating its 90th anniversary of multinational operations in 2023. Present in Brazil since 1992, the company considers the country a strategic market for its business, and in the last year Brazil has established itself as the second most relevant region in terms of profitability for the Group.

Formed by a team of almost 3,000 employees in the Brazilian region, MAPFRE has a diversified portfolio in insurance for individuals and companies, consisting of assistance, pension plans, capitalization, consortia, among other financial services. The MAPFRE Group is currently Brazil's leader in premium collection in Agri Insurance, with a market share of over 65 percent, and ranks first in the Personal and Large Risks insurance sectors.

The company's revenues have been growing consistently in recent years. In 2022, MAPFRE reported a net profit of 144 million euros in Brazil, representing a 93

representou um crescimento de 93% em relação ao ano anterior. O volume de prêmios da companhia no país totalizou em 4,8 bilhões de euros, cifra 45% superior ao registrado em 2021. Já no 1º trimestre de 2023 no comparativo com os três primeiros meses de 2022, a MAPFRE registrou no Brasil um crescimento de 21% em prêmios.

## Inovação e compromisso social

Atenta às tendências do mercado, o desenvolvimento de novas tecnologias tem sido uma das principais alavancas da companhia para promover seu crescimento orgânico e projetar o futuro de forma estratégica, gerando benefícios mútuos para clientes e corretores. Nos últimos anos, a MAPFRE implementou diversas iniciativas de uso de inteligência artificial, digitalização e automatização de processos para aumentar a eficiência e melhorar a experiência do cliente, além de impulsionar a competitividade e a posição da MAPFRE como líder do setor.

Exemplo desse compromisso é o MOI - MAPFRE Open Innovation -, plataforma que integra um conjunto de iniciativas por meio de três pilares: Transformação, Nova geração de produtos e Ecossistemas. Cada um deles se desdobra em iniciativas que auxiliam a MAPFRE em seus desafios para atender aos novos cenários que surgem rapidamente.

O relacionamento com corretores também é peça fundamental para os negócios da companhia. Para aprimorar essa relação, a MAPFRE tem implementado ferramentas digitais que agilizam o fluxo de informações e facilitam o trabalho dos corretores, garantindo uma experiência mais eficiente e satisfatória. A expectativa da companhia é dobrar o número da sua rede de corretores, alcançando 34 mil profissionais nos próximos três anos. Para isso, além das ferramentas, a companhia investe em programas de capacitação, assessorias especializadas e campanhas de incentivo de vendas dedicadas aos corretores.

Com o olhar voltado para o impacto ambiental e nosso legado, a MAPFRE adota compromissos internacionais como os Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI) e integra o Pacto Global da ONU (Organização das Nações Unidas). No Brasil, o Plano de Sustentabilidade 2022-2024 da MAPFRE inclui mais de 20 objetivos para enfrentar os desafios sociais e ambientais, com compromissos, serviços e produtos ASG, além de uma governança corporativa que atua de forma ética e transparente.

Sobre atuação social, o Grupo mantém a Fundación MAPFRE, instituição global sem fins lucrativos com mais de 40 anos de experiência que é reconhecida como referência pelo comprometimento com o bem-estar das pessoas e o progresso social. A missão da Fundación é contribuir para melhorar a qualidade de vida das pessoas e o progresso da sociedade, por meio de atividades focadas em cinco áreas: ação social, cultura, promoção de saúde, prevenção e segurança viária e seguro e previdência social.

percent increase over the previous year. The company's premium volume in the country totaled 4.8 billion euros, a figure 45 percent higher than that recorded in 2021. In the first quarter of 2023, compared to the first three months of 2022, MAPFRE recorded a 21 percent growth in premiums in Brazil.

## Innovation and social commitment

Always attentive to market trends, the development of new technologies has been one of the company's main levers to promote its organic growth and project the future in a strategic manner, generating benefits for both clients and brokers. In recent years, MAPFRE has implemented various initiatives to use artificial intelligence, digitization and process automation in order to increase efficiency and improve the client experience, as well as boosting competitiveness and MAPFRE's position as a leader in the sector.

An example of this commitment is MOI - MAPFRE Open Innovation - a platform that integrates a set of initiatives through three pillars: Transformation, New generation of products and Ecosystems. Each of these unfolds in initiatives that help MAPFRE in its challenges to meet the new scenarios that are rapidly emerging.

The relationship with brokers is also a fundamental part of the company's business. To improve this relationship, MAPFRE has implemented digital tools that streamline the flow of information and facilitate the work of brokers, ensuring a more efficient and satisfactory experience. The company expects to double the number of its broker network, reaching 34,000 professionals over the next three years. To this end, in addition to the tools, the company invests in training programs, specialized advice and sales incentive campaigns dedicated to brokers.

Focusing on environmental impact and the legacy we will leave, MAPFRE has made international commitments such as the Principles for Sustainable Insurance (PSI) and is a member of the United Nations Global Compact. In Brazil, MAPFRE's 2022-2024 Sustainability Plan includes more than 20 objectives to address social and environmental challenges, with ESG commitments, services and products, as well as corporate governance that acts ethically and transparently.

With regard to social action, the Group maintains Fundación MAPFRE, a global non-profit institution with more than 40 years' experience that is recognized as a benchmark for its commitment to people's well-being and social progress. The Foundation's mission is to contribute to improving people's quality of life and the progress of society through activities focused on five areas: social action, culture, health promotion, road safety and prevention, and insurance and social security.

# 5º ConsegNe fortalece a atuação dos Corretores

## 5th ConsegNe strengthens the Insurance Brokers performance

Cerca de 1.000 Corretores de Seguros da Região Nordeste participaram da abertura do 5º CONSEGNE (Congresso dos Corretores de Seguros do Nordeste) em Sergipe. Durante o evento, o presidente do Sincor-SE, Erico Melo, declarou: “Os corretores de seguros que marcaram presença, participaram de um evento rico em conteúdo, como nunca visto antes. É com muita satisfação que dou as boas-vindas à edição do CONSEGNE. Que todos saiam deste congresso com novas ideias e perspectivas”.

Durante a cerimônia de abertura, o presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros do Sergipe (Sincor-SE), Erico Melo, defendeu a independência dos corretores. “Esse profissional é responsável por demonstrar as melhores opções e oferecer os benefícios mais adequados aos segurados. Vimos muito isso na pandemia de Covid-19”, comentou.

O evento aconteceu no Centro de Convenções AM Malls Sergipe e ofereceu uma ótima oportunidade para aprofundar o networking, aperfeiçoar conhecimentos, proporcionado por renomados palestrantes e ainda participar da ExpossegNE, premiações e shows.

“Seguro, só com Corretor de Seguros”, disse Armando Vergílio, presidente da Fenacor, durante sua palestra no segundo dia do ConsegNe.

Josimar Antunes, presidente do Sincor-BA, destacou que o evento foi resultado de muito trabalho e esforço de Erico, que realizou mais um evento importante para a região. Carlos Valle, presidente do Sincor-PE, completou e ressaltou que a qualidade do evento foi intensa e a região precisava disso.

Para Gustavo Olímpio, presidente do Sincor-AL, o evento foi diferente, inovador e mais um sucesso para o Nordeste. Edvan Gomes, presidente do Sincor-PB, disse que ficou feliz com o resultado apresentado.

No final do congresso, foi anunciado que o próximo encontro dos corretores da região do nordeste será em Salvador, na Bahia.



About 1,000 Insurance Brokers from the Northeast Region participated in the opening of the 5th CONSEGNE (Northeast Insurance Brokers Congress) in Sergipe. During the event, Sincor-SE's president, Erico Melo, declared: “The insurance brokers who attended the event participated in an event rich in content, as never seen before. It is a great honor for me to welcome this edition of CONSEGNE. May everyone

leave this congress with new ideas and perspectives”.

During the opening ceremony, the president of the Insurance Brokers Union of Sergipe (Sincor-SE), Erico Melo, defended the brokers' independence. “This professional is responsible for demonstrating the best options and offering the most appropriate benefits to policyholders. We saw a lot of this during the Covid-19 pandemic,” he commented.

The event took place at the AM Malls Sergipe Convention Center and offered a great opportunity to deepen networking, enhance knowledge, provided by renowned speakers and still participate in ExpossegNE, awards and shows. “Insurance, only with Insurance Brokers”, said Armando Vergílio, president of Fenacor, during his speech on the second day of ConsegNe.

Josimar Antunes, president of Sincor-BA, highlighted that the event was the result of a lot of work and effort from Erico, who carried out another important event for the region. Carlos Valle, president of Sincor-PE, complemented and emphasized that the quality of the event was intense and the region needed it.

According to Gustavo Olímpio, president of Sincor-AL, the event was different, innovative, and yet another success for the Northeast. Edvan Gomes, president of Sincor-PB, said he was happy with the results presented.

At the end of the congress, it was announced that the next meeting of the brokers of the northeast region will be in Salvador, Bahia.

# Idoneidade, Conhecimento e Inovação

A **Risk Veritas** tem experiência e soluções para estruturação dos esforços de **gestão dos riscos** empresariais nos mais diversos segmentos.

Os processos não mais ocorrem sob uma lógica linear.

A **evolução é exponencial**; e reinventar-se para atender à demanda é a regra do jogo no **mercado global**.

Entregar **soluções personalizadas** requer conhecimento do negócio e do mercado no qual o cliente está inserido.



São mais de **35 anos de experiência** em programas de gerenciamento de riscos corporativos.

A **International Risk Veritas** possui um amplo portfólio de serviços e oferece soluções sob medida para o desenvolvimento e implantação de **ERM (Enterprise Risk Management)**.

- Gestão de Riscos na Cadeia de Suprimentos
- Gestão de Riscos em Portos e Aeroportos
- Gestão de Riscos Patrimoniais
- Gestão de Riscos de Responsabilidade Civil
- Gestão de Riscos Ambientais
- Programa de Melhoria de Riscos

- Gestão de Riscos da Natureza
- Plano de Emergência, Gestão de Crise, BCP
- Gestão de Riscos no Agronegócio
- Big Data e Analytics para Gestão de Risco

\*Consulte outros serviços



**Oportunidades de Cooperação** de forma integrada com Clientes, Corretores, Seguradoras, Resseguradores e Fundos de Investimentos para desenvolver soluções ajustadas às necessidades de cada negócio, em todos os segmentos, até grandes conglomerados no Brasil e no exterior.



internacional

Risk Veritas

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

**ENTRE EM CONTATO**

[contato@riskveritas.com.br](mailto:contato@riskveritas.com.br)

+55 (11) 98968-4413

 /iRiskVeritas

 @risk\_veritas

 /riskveritas

# Aconseg-RJ comemora 25 anos de atividades

## Aconseg-RJ celebrates 25 years activities

Por/by Márcia Kovacs



Da esquerda para direita: Jader Pereira de Abreu Filho, vice-presidente da Aconseg-MG; Djalma Ferraz, presidente da Aconseg-NNE; Robson Augusto Carneiro, presidente Aconseg-MG; Marcos Colantonio, presidente do Conselho de administração da Aconseg-SP; Joffre Nolasco, presidente da Aconseg-RJ; Luiz Philipe Baeta Neves, diretor financeiro da Aconseg-RJ e Hélio Opipari Junior, presidente da Aconseg-SP

From left to right: Jader Pereira de Abreu Filho, vice-president of Aconseg-MG; Djalma Ferraz, president of Aconseg-NNE; Robson Augusto Carneiro, president of Aconseg-MG; Marcos Colantonio, Council president of Aconseg-SP; Joffre Nolasco, president of Aconseg-RJ; Luiz Philipe Baeta Neves, financial director of Aconseg-RJ and Hélio Opipari Junior, president of Aconseg-SP



A Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria de Seguros do Estado do Rio de Janeiro (Aconse-RJ), celebrou seus 25 anos de atuação no setor, reunindo grandes atores do mercado de seguros no dia 11 de maio, na Churrascaria Fogo de Chão em Botafogo, no Rio de Janeiro.

Em um clima festivo, foi servido um coquetel, seguido de almoço aos convidados que foram recepcionados com muita alegria por Joffre Nolasco, presidente da entidade. “As assessorias são fundamentais e essenciais para o crescimento do setor segurador brasileiro, dando apoio e suporte nas operações e prestação de serviços para a comercialização de seguros”, destacou.

Durante o almoço, seguradoras parceiras e patrocinadores do evento, receberam placas de homenagem, por suas atividades e também por reconhecimento. As empresas homenageadas foram: Allianz Seguros (Lívia Prata, diretora regional); Bradesco Seguros (Ney Ferraz Dias, diretor presidente); Excelsior Seguros (Alvanir Macedo, superintendente regional); HDI Seguros (Paul Canarin, diretor comercial); MAG Seguros (Vinicius Brandão, gerente regional); Porto (Roberto Santos, diretor presidente); SulAmérica Seguros (Solange Zaquem, diretora comercial); Sompo Seguros (Eduardo Fazio, diretor comercial); Suhai Seguradora (Eduardo Grillo, diretor executivo); Tokio Marine Seguradora (José Adalberto Ferrara, presidente) e Universidade Aconse (Wagner Attina, professor).

E na sequência, Allianz Seguros, Excelsior Seguros, SulAmérica Seguros, Suhai Seguradora e Tokio Marine Seguradora, também entregaram placas em homenagem a Aconse-RJ. Entre as personalidades presentes na celebração, estiveram: Henrique Brandão, presidente do Sindicato dos Corretores do Rio de Janeiro (Sincor RJ), os presidentes das Aconseg coirmãs: Hélio Opirari Junior, (Aconse-SP); Robson Augusto Carneiro (Aconse-MG) e Djalma Ferraz (Aconse-NNE), a caçula das Aconseg. Além do vice-presidente da Aconse-MG, Jader Pereira de Abreu Filho, e do presidente do Conselho de administração da Aconse-SP, Marcos Colantonio. O presidente do CVG-RJ, Octávio Périssé e o seu vice-presidente, Ênio Miraglia. Os diretores executivos do Sindicato das Seguradoras RJ-ES, Ronaldo Vilela, Danilo Silveira, da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg) e Marco Aurélio Marques, do Clube dos Corretores de Seguros do RJ, entre outros executivos, atores que se destacam no segmento de seguros no país.

The Association of Insurance Consulting and Advisory Companies of the State of Rio de Janeiro (Aconse-RJ), celebrated its 25 years of activities in the sector, gathering major players of the insurance market on May 11, at the restaurant Churrascaria Fogo de Chão in Botafogo, Rio de Janeiro.

In a festive atmosphere, a cocktail party was offered, followed by lunch to the guests, who were welcomed with much joy by Joffre Nolasco, president of the entity. “The consultancies are fundamental and essential for the growth of the Brazilian insurance sector, providing support and assistance in operations and services for the commercialization of insurance”, he emphasized.

During lunch, insurance partners and sponsors of the event received plaques to honor them for their activities and also for their recognition. The honored companies were: Allianz Seguros (Lívia Prata, regional director); Bradesco Seguros (Ney Ferraz Dias, president director); Excelsior Seguros (Alvanir Macedo, regional superintendent); HDI Seguros (Paul Canarin, commercial director); MAG Seguros (Vinicius Brandão, regional manager); Porto (Roberto Santos, president director); SulAmérica Seguros (Solange Zaquem, commercial director); Sompo Seguros (Eduardo Fazio, commercial director); Suhai Seguradora (Eduardo Grillo, executive director); Tokio Marine Seguradora (José Adalberto Ferrara, president) and Universidade Aconse (Wagner Attina, professor).

Afterwards, Allianz Seguros, Excelsior Seguros, SulAmérica Seguros, Suhai Seguradora and Tokio Marine Seguradora also delivered plaques honoring Aconse-RJ.

And next, Allianz Seguros, Excelsior Seguros, SulAmérica Seguros, Suhai Seguradora and Tokio Marine Seguradora, also delivered plaques in honor of Aconse-RJ.

Among the personalities present at the celebration were: Henrique Brandão, president of the Brokers Union of Rio de Janeiro (Sincor RJ), the presidents of the sisters Aconseg: Hélio Opirari Junior, (Aconse-SP); Robson Augusto Carneiro (Aconse-MG) and Djalma Ferraz (Aconse-NNE), the youngest of the Aconseg. Besides the vice-president of Aconse-MG, Jader Pereira de Abreu Filho, the Board president of Aconse-SP, Marcos Colantonio. The president of CVG-RJ, Octávio Périssé and his vice-president, Ênio Miraglia. The executive directors of the RJ-ES Insurers Union, Ronaldo Vilela, Danilo Silveira, from the National Federation of General Insurance (FenSeg), and Marco Aurélio Marques, from the RJ Insurance Brokers Club, among other executives, actors who stand out in the insurance segment in the country.

# Estudo sobre a presença feminina no universo das motos

## Study on the female presence in the universe of motorcycles

A Suhai Seguradora anuncia o lançamento do estudo intitulado *Elas & as Motos: Universo invisível das motociclistas brasileiras*, que será realizado em parceria com a Scopo Consumer Insights, agência de pesquisa estratégica com expertise em obter, trabalhar e decodificar os dados que não estão dentro das empresas, com mais de 15 anos de mercado, que é liderada por Érika Navarro. Com esse estudo inédito no mercado, a Suhai Seguradora pretende jogar luz sobre a invisibilidade da presença feminina no mundo das motos. É de conhecimento geral que a cada ano a presença das mulheres pilotando motos no Brasil aumenta e que a participação delas na compra ou decisão de compra ganha espaço, mas nunca antes foi realizado o investimento em comprovar a real relevância do público feminino. De acordo com dados divulgados pela Senatran (Secretaria Nacional de Trânsito), atualmente existem 8,8 milhões de mulheres habilitadas para pilotar motos no Brasil, um crescimento de 76,5% em relação a 2013, quando cerca de 5 milhões de mulheres tinham carteira de motorista para motocicletas. Os dados também dão conta que as mulheres habilitadas em moto representam 24% do universo de pessoas habilitadas.



**Janaina Iziquiel, diretora de marketing da Suhai Seguradora**  
Janaina Iziquiel, Marketing Director at Suhai Seguradora

Suhai Seguradora announces the launch of the study named *Elas & as Motos: Invisible universe of Brazilian female motorcyclists*, which will be carried out in partnership with Scopo Consumer Insights, a strategic research agency with expertise in obtaining, working and decoding data that are not within the companies, with more than 15 years in the market, which is led by Érika Navarro. With this unprecedented study in the market, Suhai

Seguradora intends to shed light on the invisibility of the female presence in the world of motorcycles. It is common knowledge that each year the presence of women riding motorcycles in Brazil increases and that their participation in the purchase or purchase decision gains space, but never before has any investment been made to prove the real relevance of the female audience. According to data released by Senatran (Secretaria Nacional de Trânsito), there are currently 8.8 million women qualified to ride motorcycles in Brazil, a growth of 76.5% compared to 2013, when about 5 million women had a driving license. The data also show that women qualified on motorcycles represent 24% of the universe of qualified people.

Os dados mais recentes, levantados pela Secretaria Nacional de Trânsito, dão conta de que as mais de 9 milhões de mulheres habilitadas na categoria A representam apenas 24% de todas as habilitações para pilotar motos e o estudo realizado pela Suhai vai fazer um raio-x do perfil das motociclistas brasileiras e reposicionar a importância feminina alguns patamares acima.

Serão feitas três mil entrevistas quantitativas além de entrevistas em profundidade (qualitativas) com mulheres habilitadas para conduzir motos e que possuem motocicletas.

Patrocinadora âncora do Festival Interlagos, a Suhai Seguradora aproveitou um grupo de mais de 60 jornalistas e influenciadores, durante o Festival Interlagos, para anunciar e dar o start no estudo, que tem previsão de durar até meados de agosto. Durante esse tempo serão realizadas tanto pesquisas quantitativas quanto qualitativas.

A Suhai nasceu há dez anos com o propósito de democratizar o acesso ao seguro veicular para todos os brasileiros. Um estudo realizado pela própria seguradora, em 2021, revelou que aproximadamente 70% dos proprietários de moto, carro e caminhão não possuem seguro para seus veículos no Brasil, então o objetivo é que cada vez mais pessoas tenham acesso à proteção de suas motos, carros e caminhões.

“Como seguradora líder do mercado de motos no Brasil, a Suhai Seguradora tem o compromisso de promover a igualdade e a inclusão no setor de seguros e porque não também dentro desse universo apaixonante sobre duas rodas.

É com grande satisfação que anunciamos durante o maior Festival dedicado ao universo das Duas Rodas o lançamento do estudo que a Suhai Seguradora realizará em parceria com a Scopo Consumer Insights, com o objetivo de tornar mais visível o universo invisível das mulheres motociclistas no Brasil. Esse estudo tem como propósito oferecer insights valiosos e dados consolidados sobre a presença feminina no mundo das motos, mostrando o papel fundamental que as mulheres desempenham nesse segmento”, afirma Janaína Iziquiel, diretora de marketing e comunicação da Suhai Seguradora. A executiva celebra ainda a presença como madrinha da piloto e criadora de conteúdo Eliana Malízia, fundadora do movimento Aceleradas, que comandou a apresentação do PodSim, podcast exclusivo da Suhai no Festival Interlagos de quatro episódios, com temas diversos e todos conectados ao universo das motocicletas, trazendo a presença de convidados especiais e icônicos.

A Suhai também foi a apoiadora da volta noturna de mulheres pilotas na pista do Autódromo de Interlagos, organizada pelo grupo Aceleradas e que contou com mais de 100 motocicletas, que deram a volta completa no circuito mais emblemático do Brasil. (Fonte: Agência Camélia)

The most recent data, collected by the National Traffic Secretariat, show that the more than 9 million women qualified in category A represent only 24% of all qualifications to ride motorcycles and the study carried out by Suhai will do an x-ray of the profile of Brazilian motorcyclists and reposition the importance of women a few levels higher.

Three thousand quantitative interviews will be carried out, in addition to in-depth (qualitative) interviews with women qualified to drive motorcycles and who own motorcycles.

Anchor sponsor of the Interlagos Festival, Suhai Seguradora took advantage of a group of more than 60 journalists and influencers, during the Interlagos Festival, to announce and start the study, which is expected to last until mid-August. During this time both quantitative and qualitative research will be carried out.

Suhai was born ten years ago with the aim of democratizing access to vehicle insurance for all Brazilians. A study carried out by the insurance company itself, in 2021, revealed that approximately 70% of motorcycle, car and truck owners do not have insurance for their vehicles in Brazil, so the objective is that more and more people have access to protection for their motorcycles, cars and trucks.

“As the leading insurer in the motorcycle market in Brazil, Suhai Seguradora is committed to promoting equality and inclusion in the insurance sector and why not also within this passionate universe on two wheels.

It is with great satisfaction that we announce, during the biggest Festival dedicated to the world of Two Wheels, the launch of the study that Suhai Seguradora will carry out in partnership with Scopo Consumer Insights, with the aim of making the invisible universe of female motorcyclists in Brazil more visible. This study aims to offer valuable insights and consolidated data on the female presence in the world of motorcycles, showing the fundamental role that women play in this segment”, says Janaína Iziquiel, Marketing and Communication Director at Suhai Seguradora. The executive also celebrates her presence as godmother of the pilot and content creator Eliana Malízia, founder of the Aceleradas movement, who led the presentation of PodSim, Suhai’s exclusive podcast at the Interlagos Festival with four episodes, with different themes and all connected to the universe of motorcycles, bringing the presence of special and iconic guests.

Suhai was also a supporter of the night tour of female riders on the track at the Interlagos Racetrack, organized by the Aceleradas group and which had more than 100 motorcycles, which circled the most emblematic circuit in Brazil. (Source: Agência Camélia)

# Aconseg-SP realiza almoço com associadas e parceiros em Campinas

## Aconseg-SP holds lunch with associates and partners in Campinas

*Em breve, os colaboradores das assessorias iniciarão a série de cursos oferecidos pela Universidade Aconseg-SP*  
*Employees of the advisory services will soon begin the series of courses offered by the Aconseg-SP University.*



**Da esquerda para direita (left to right) : Jairo Christ, Helio Oipari Jr e Ricardo Montenegro**

A Aconseg-SP realizou, em 28 de junho, o seu tradicional almoço mensal, desta vez em Campinas, no interior de São Paulo. Na ocasião, a diretoria recebeu as assessorias associadas e os representantes de parceiras da Bradesco, HDI, Ituran, Liberty, MAG, SulAmérica, Tokio Marine e Suhai. Durante o almoço foram destacadas ações da associação que está prestes a completar 20 anos. Um dos projetos citados por Jairo Christ, vice-presidente da Aconseg-SP, foi o Md&T, maior evento de Marketing Digital e Tecnologia exclusivo para assessorias de seguros do Brasil. “Falamos de tendências e objetivos que queremos perseguir. A tecnologia influi bastante. O número de operacionais diminuiu nas assessorias e aumentou o número de comerciais. Isso significa que as ações das companhias em tecnologia aliviam a

On June 28, Aconseg-SP held its traditional monthly lunch, this time in Campinas, countryside of São Paulo. On the occasion, the board of directors received the associated advisors and representatives of partners from Bradesco, HDI, Ituran, Liberty, MAG, SulAmérica, Tokio Marine and Suhai. During lunch, the actions of the company, which is about to complete 20 years, were highlighted. One of the projects mentioned by Jairo Christ, vice president of Aconseg-SP, was Md&T, the largest Digital Marketing and Technology event exclusively for insurance advisors in Brazil. “We talk about trends and goals that we want to pursue. Technology influences a lot. The number of operatives has decreased in the advisory services and the number of commercials has increased. This means that the companies’ actions in te-

nossa despesa, fornecendo tecnologia e desenvolvendo ferramentas que nos ajudam a vender mais”, comentou. Uma novidade anunciada é que os cursos da Universidade da Aconseg-SP terão início em julho para os cerca de 700 colaboradores das assessorias. A Universidade é fruto de um convênio firmado entre Escola de Negócios e Seguros (ENS) e a Associação, que prevê, inicialmente, a qualificação dos colaboradores das assessorias associadas para melhor atendimento aos corretores. “Futuramente, a ideia é que tenhamos um plano para os corretores de seguros que trabalham com as assessorias”, antecipou Christ.

### Representatividade do interior

Ainda durante o almoço, o vice-presidente apresentou a representatividade em termos de prêmios das assessorias na capital, acima de 60%, em relação ao interior, que é inferior a 40%. “Temos o desafio de o interior se fortalecer nas nossas parceiras seguradoras. (Fonte: Assessoria Aconseg SP)

chnology alleviate our expense, providing technology and developing tools that help us sell more,” he commented. During the event, there was the announcement of some news: Aconseg-SP University courses will start in July for the approximately 700 employees of the advisory firms. The University is the result of an agreement signed between the Business and Insurance School (ENS) and the Association, which initially provides for the qualification of the employees of the associated advisory services to better serve the brokers. “In the future, the idea is that we have a plan for insurance brokers who work with the advisors”, anticipated Christ.

### Representativeness of the countryside

Also during lunch, the vice president presented the representativeness in terms of premiums of the advisors in the capital, above 60%, in relation to the countryside area, which is less than 40%. “We have the challenge of strengthening the interior in our insurance partners.” (Source: Assessoria Aconseg SP)

## Aconseg – SP completa 20 anos de fundação

A Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Estado de São Paulo (Aconseg -SP) foi fundada em 2003, com a presença de 14 associadas. Nesse ano, já são 42 empresas, mostrando o fortalecimento da instituição ao longo do período e sinalizando a sua sólida atuação como representante desse perfil de companhia localizada nesse Estado. O presidente da entidade Helio Opirari Junior, destaca que “por trás dos números estão estratégias e ações com foco na excelência do atendimento ao corretor de seguros e um trabalho realizado com ética e profissionalismo por todos os colaboradores que compõem cada assessoria”.

### Diretoria Executiva 2023

Presidente Helio Opirari Junior  
Vice -Presidente Jairo Christ  
Diretor Financeiro Ricardo Montenegro  
Diretor Administrativo Leandro Henrique  
Diretor Interior Alberto Novais  
Presidente Conselho Marcos Colantonio

As associadas da entidade mantém parcerias de trabalho para personalizar o atendimento ao corretor de seguros, com as seguintes empresas que atuam no ramo do seguro: Tokio Marine, Suhai, Bradesco, Allianz, Sampo, Amil, Mitsui, HDI, Zurich, Liberty, Sulamérica, MAG, Chubb, Excelsior, Notre Dame, Ituran e Omint.

(Fonte: Relatório Aconseg SP 2022)

## Aconseg - SP completes 20 years of establishment

The Association of Advisory and Consulting Companies of the State of São Paulo (Aconseg -SP) was founded in 2003, with the presence of 14 members. This year, there are already 42 companies affiliated to the Association, which shows the strengthening of the institution over the period and betokens its solid performance as a representative of companies with this profile located in this State. The president of the entity, Helio Opirari Junior, highlights that “behind the numbers are strategies and actions focused on excellence in service to the insurance broker and a job done with ethics and professionalism by all the employees that make up each advisory”.

### 2023 Executive Board

President Helio Opirari Junior  
Vice President Jairo Christ  
Financial Director Ricardo Montenegro  
Administrative Director Leandro Henrique  
Countryside Area Director Alberto Novais  
Council President Marcos Colantonio

The entity’s members maintain working partnerships to personalize the service to the insurance broker, with the following companies that operate in the insurance business: Tokio Marine, Suhai, Bradesco, Allianz, Sampo, Amil, Mitsui, HDI, Zurich, Liberty, Sulamérica, MAG, Chubb, Excelsior, Notre Dame, Ituran and Omint.

(Source: Aconseg SP 2022 Report)

**Clube dos Corretores de São Paulo recebe a Porto**

**Broker’s Club of São Paulo receives Porto**

Roberto Santos, CEO da Porto, Emerson Valentim, Diretor Comercial de SP, Luiz Arruda, vice-presidente de Marketing, Clientes e Dados entre outros membros da seguradora, foram recebidos pelo Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo, em almoço realizado no Terraço Itália. Santos destacou o bom momento que o Grupo vivencia, registrando crescimento em número de negócios e clientes, abordou sua condição de membro da CNseg e vários temas em curso que estão movimentando o setor.

Estiveram presentes na ocasião, além da diretoria e associados, Boris Ber, presidente do Sincor-SP, Manuel Matos, vice-presidente da Fenacor e também o ex-superintendente da Susep, Alexandre Camillo e convidados



Roberto Santos, Porto CEO’s, Emerson Valentim, Commercial Director of SP, Luiz Arruda, Marketing, Clients and Data Vice President, among others company members, were received by the Club of Insurance Brokers of São Paulo, at a lunch held at Terraço Itália. Santos highlighted the good moment that the Group is experiencing, registering growth in the number of businesses and clients, addressed his condition as a member of CNseg and several ongoing issues that are moving the sector. Present on the occasion, in addition to the board and associates, were Boris Ber, president of Sincor-SP, Manuel Matos, Fenacor’s vice president and also the former superintendent of Susep, Alexandre Camillo and guests.

**MDS Brasil adquire a Unificado Corretora de Seguros**

**MDS Brasil acquires Unificado Corretora de Seguros**

Seguindo seu plano de expansão e consolidação no segmento de consultoria de riscos no mercado nacional, a MDS Brasil incorporou a Unificado, corretora especializada na operação de venda consultiva de programas de seguros para pessoa jurídica, entregando soluções completas de transferências de risco e atendimento de sinistros para clientes corporativos. “Ao passar a integrar o Grupo a MDS, a Unificado agrega não somente a profunda especialização em soluções para operações logísticas, mas também uma equipe de profissionais altamente qualificados e uma grande carteira de clientes, que passam a contar com todos os produtos e serviços que a MDS tem a oferecer”, destaca Ariel Couto, CEO da MDS Brasil e Americas Regional Manager da Brokerslink (direita).



FOTO: LEONARDO RODRIGUES

Following its expansion and consolidation plan in the risk consultancy segment in the domestic market, MDS Brasil has incorporated Unificado, a brokerage firm specialized in the consultative sale of insurance programs for legal entities, delivering complete risk transfer and claims handling solutions for corporate clients. “By joining the MDS Group, Unificado brings not only deep expertise in solutions for logistics operations, but also a team of highly qualified professionals and a large portfolio of customers, who now have all the products and services that MDS has to offer,” says Ariel Couto, MDS Brasil and Americas Regional Manager at Brokerslink CEO (right).

Programa apresentado por Pedro Barbato Filho

TODA SEGUNDA-FEIRA DAS 7H ÀS 8H

102,5 MHz FM

A GRANDE JORNADA PELO MUNDO DO SEGURO

## Responsabilidade com as vidas dos seus colaboradores, compromisso com você

A Seguros SURA oferece soluções de Vida em Grupo e Acidentes Pessoais Coletivo para pequenas e médias empresas, de 1 a 500 funcionários, e capital individual de até R\$ 1.000.000,00.

Uma solução constantemente atualizada para atender da melhor forma o mercado:

## FÁCIL contratação e GRANDES diferenciais

### Para corretores

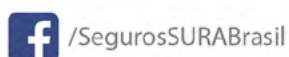
- Cotador 100% online, rápido, intuitivo e sob medida, conforme necessidade da empresa
- Faturamento automático, ferramenta simples e rápida para facilitar o processo de movimentação
- Comissionamento pago em 48 horas após a quitação de cada parcela

### Para clientes

- Cotação a partir de uma vida para todos os tipos de empresas
- Várias modalidades de contratação: capital uniforme, capital global, capital múltiplo salarial e capital informado
- Assistências complementares, como: funeral familiar ou individual, vítima de crime e kit de natalidade
- Revitalização das coberturas e assistências do AP (Assist. Empresarial e Help Desk); **NOVIDADE**
- Possibilidade de contratação do APP simplificado por viagem **NOVIDADE**



Saiba mais e inclua esta solução nas suas prospecções






**TOKIO MARINE.  
64 ANOS DE UMA  
TRAJETÓRIA DE SUCESSO  
NO BRASIL.**




Temos motivos de sobra para comemorar essa data e precisamos agradecer aos mais de 2.300 Resolvedores e 37 mil Corretores e Assessorias parceiros que trabalham todos os dias para oferecer tranquilidade e proteção a milhares de brasileiros. Juntos, nos tornamos uma das maiores Seguradoras do país.


A cada dia, temos a certeza de que estamos construindo um caminho sólido e sustentável. Que venham novas conquistas!



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

 /TokioMarineSeguradora

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

 Tokio Marine Seguradora

Uma Seguradora  
completa pra você  
ir mais longe.



**TOKIO MARINE  
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA