

revista

INSURANCECORP

ano XII – edição 66– maio/junho 2026 – R\$ 25,00

insurancecorp.com.br

Redion

30
ANOS



Líder de assistência se reposiciona no País
REDION INICIA FASE DE TRANSFORMAÇÃO

Assistance Leader repositions itself in Brazil
REDION BEGINS TRANSFORMATION PROCEDURE

Membros da diretoria/ Directors Board Members

9º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro
Rio de Janeiro Ninth Reinsurance Meeting

Plano de Saúde
tem vários.
Bradesco Saúde
só tem um.




bradesco
saúde

Para empresas a partir de 3 pessoas.
Ofereça para seus clientes e faça bons negócios.

Com Você. Sempre.

MENSAGEM AO MERCADO MESSAGE TO THE MARKET

A INDISPENSÁVEL PRESENÇA DO RESSEGURO

O mercado de seguros teve a oportunidade em participar do mais relevante evento voltado a atividade resseguradora, o 9º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro, realizado no mês de maio deste ano, que obteve enorme sucesso.

Tendo em vista os inúmeros e grandes desafios que se impuseram para a sociedade, tendo em vista a intensificação e complexidade dos riscos que acontecem cada vez com maior frequência, sejam climáticos, tecnológicos ou políticos, a atividade resseguradora vem cumprindo um imprescindível papel para o reforço do compromisso da indústria seguradora como um todo. Componente relevante para qualquer economia, o seguro anda de mãos dadas com o progresso econômico-social, porque toda evolução traz consigo novas situações e riscos. A indústria do seguro tem fornecido cobertura para riscos voltados a todos os aspectos da vida moderna, tema objeto em matéria de destaque desta edição.

Insurance Corp apresenta como matéria de capa, a Europ Assistance que passa a operar sob a marca Redion, unificando a identidade corporativa da organização. A transformação acontece em um momento de investimentos em cinco frentes: qualidade de serviço, expansão de parcerias comerciais, fortalecimento da capacidade operacional, avanços em tecnologia e consolidação da cultura organizacional. Por outro lado, a seção Diálogo apresenta uma entrevista exclusiva com Edmur de Almeida, atual presidente da ANSP, bem como a seção Mulheres no Comando, evidenciando a atuação de Camila Maximo, que preside a Sou Segura, os 30 anos de atividades da Facsi Corretora de Seguros, entre outros temas.

Boa leitura a todos!

THE INDISPENSABLE REINSURANCE ATTENDANCE

The insurance market had the opportunity to take part in the industry's most significant event dedicated to reinsurance, the 9th Rio de Janeiro Reinsurance Conference, held in May this year, which achieved immense success.

In light of the numerous and significant challenges facing society, as well as the increasing intensity and complexity of risks occurring with more Frequency, whether climate-related, technological or geopolitical, the reinsurance industry has been playing an essential role in reinforcing the insurance sector's commitment as a whole. As a vital component of any economy, insurance goes hand in hand with socioeconomic progress, since every stage of development brings new circumstances and emerging risks. The insurance industry has continued to provide protection against risks affecting every aspect of modern life, a topic explored in depth in this edition's feature article.

On the cover story of this issue, Insurance Corp highlights Europ Assistance, which is now operating under the Redion brand, unifying the organization's corporate identity. This transformation comes at a time of strategic investments in five key areas: service quality, expansion of commercial partnerships, strengthening operational capabilities, technological advancement and the consolidation of organizational culture.

On the other hand, the Dialogue Section features Edmur de Almeida an exclusive interview, current ANSP's President, while the Women in Charge Section presents Camila Maximo work, President of Sou Segura. This edition also celebrates the 30th Anniversary of Facsi Corretora de Seguros, along with several other topics of interest to the insurance industry.

Good Reading!


Publisher

ANS - nº 005711

Central de Relacionamento: 4004 2700 / 0800 701 2700 | SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966 | Ouvidoria: 0800 701 7000 | Para atendimento à pessoa com deficiência auditiva ou de fala, acesse o nosso site. As informações e as imagens contidas neste material são indicativas. Os direitos e as obrigações das partes encontram-se nas Condições Gerais do produto contratado. Todos os serviços estão sujeitos a limites e especificações estabelecidas no contrato. A Bradesco Saúde não comercializa planos individuais. Bradesco Saúde S/A - CNPJ: 92.693.118/0001-60. Lei nº 12.741/12 sobre tributos incidentes. PIS: 0,65%; COFINS: 4,00% e IOF: 2,38%. 'Apurados e recolhidos nos termos da legislação aplicável. Bradesco Saúde Operadora de Planos de Saúde S/A - CNPJ: 15.011.651/0001-54. Lei nº 12.741/12 sobre tributos incidentes. PIS: 0,65%; COFINS: 4,00% e ISS: 2%'. 'Apurados e recolhidos nos termos da legislação aplicável.

ANS - nº 421715

JUNHO 2026

Assista
ao filme.



- 6** **DIÁLOGO/DIALOGUE**
A sociedade é dinâmica e sempre haverá novas demandas para o seguro e a previdência
Society is dynamic and there will always be new demands for Insurance and Private Pension Fund
- 8** **CELEBRAÇÃO/CELEBRATION**
Facsí Corretora de Seguros celebra 30 anos de história de superação e sucesso
Facsí Insurance Brokerage celebrates 30 years of history marked by overcoming challenges and success
- 10** **CAPA/COVER STORY**
Grupo líder global de assistência se reposiciona como Redion e acelera expansão no País
Global Assistance Leader repositions itself as Redion and accelerates growth and expansion in Brazil
- 16** **MULHERES NO COMANDO/WOMEN IN CHARGE**
'Sou Segura': quando mulheres lideram, o mercado se transforma
'Sou Segura': when women lead, the market transforms
- 18** **SINCOR RS**
Encontro Estadual Feminino de Corretoras de Seguros, promovido pelo Sincor-RS
Women Insurance Brokers State Meeting, organized by Sincor-RS
- 22** **RECONHECIMENTO/ACKNOWLEDGMENT**
Especialização em Salamanca reforça tradição acadêmica do escritório Machado e Cremonese
Specialization in Salamanca reinforces the academic tradition of Machado e Cremonese law firm
- 24** **ANÁLISE/REVIEW**
CVG-SP debate massificação do seguro de vida em evento especial de aniversário
CVG SP debates Life Insurance permeation at a special anniversary event
- 26** **CCS SP**
Tokio Marine reforça parceria com corretores
Tokio Marine strengthens brokers partnership
- 28** **PANORAMA/OVERVIEW**
A inteligência por trás da decisão: humanos e algoritmos na Subscrição de Vida
The intelligence behind the decision: humans and algorithms in Life Insurance Underwriting
- 30** **EVENTO/EVENT**
Resseguro acontece no Rio de Janeiro, abordando temas emergentes
Reinsurance takes place in Rio de Janeiro, addressing emerging issues
- 34** **REGISTRO/RECORD**
Insurtech Brasil 2026 destaca o papel da tecnologia na expansão do seguro
Insurtech Brasil 2026 highlights the role of technology to expanding insurance
- 36** **ACONSEG SP**
Entidade homenageia SulAmérica pelos 130 anos e destaca parceria estratégica
Entity honors SulAmérica on its 130th Anniversary and highlights strategic partnership
- 37** **PRESENÇA/ATTENDANCE**
Allianz destaca impacto da tecnologia na mobilidade
Allianz highlights the impact of technology on mobility
- 38** **UCS**
UCS destaca oportunidades no mercado de consórcios durante 4º Trocando Ideias
UCS highlights opportunities in the consortium market during the 4th Trocando Ideias Event



Ano XII - Edição 66
maio/junho 2026

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

Márcia Kovacs
Murilo Ferreira
redacao@insurancecorp.com.br

Diagramação

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

Foto capa:

Alexandre Machado

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

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

Nova plataforma digital do Seguro de Engenharia AXA

Uma experiência pensada para cotar, emitir e acompanhar propostas com mais agilidade



Salvamento automático



Novo design



Emissão instantânea



Jornada simples

Juntos a cada passo

Acesse e conheça



A sociedade é dinâmica e sempre haverá novas demandas para o seguro e a previdência

Society is dynamic and there will always be new demands for Insurance and Private Pension Fund

Por/by Márcia Kovacs

Edmur de Almeida, nosso convidado da seção 'Diálogo' é corretor de seguros e gerente de riscos especializado riscos corporativos. Sócio e diretor executivo da Amura consultoria e Corretagem de Seguros e Gerenciamento de Riscos. Gerente de riscos pela Fundação "Alarys - Associação Latinoamericana de Administradores de Riesgos y Seguros". MBA em Gestão de Empresas de Seguros e Previdência pela ENS/FGV. E é o atual presidente da ANSP - Academia Nacional de Seguros e Previdência, gestão 2026/2029.



Insurance Corp - A ANSP tem como missão promover conhecimento e desenvolvimento técnico no setor de seguros e previdência. Como a Academia tem contribuído para preparar os profissionais diante das transformações digitais e das novas demandas do mercado?

Edmur de Almeida - Através de nossas 26 cátedras (grupos de estudo), produzimos pesquisas, estudos, artigos

Edmur de Almeida, our guest to the "Dialogue" section, is an insurance broker and risk manager specializing in corporate risks. He is a partner and Executive Director of Amura Insurance Brokerage Firm and Risk Management Consulting. He is also a Risk Manager certified by Alarys Foundation - Latin American Association of Risk and Insurance Managers, and holds an MBA in Insurance and Pension Business Management from ENS/FGV. He currently serves as President of the ANSP - National Academy of Insurance and Pensions, for 2026-2029 term.

Insurance Corp - ANSP's mission is to promote knowledge and technical development within the insurance and pension sectors. How has the Academy contributed to preparing professionals for digital transformation and the market's emerging demands?

Edmur de Almeida - Through our 26 Chairs (study groups), we produce research, studies, articles and events

e eventos com foco no desenvolvimento do seguro e da previdência. Transformações digitais, mudanças climáticas e outros temas relevantes são matéria-prima para nossas cátedras. Elas estão abertas ao público em geral, em especial, representantes dos consumidores. Além disso, nossos eventos - ANSP Cast, ANSP Café e ANSP Fórum - têm chegado cada vez mais ao consumidor, além de profissionais do mercado.

IC - O mercado segurador brasileiro vive um momento de importantes mudanças regulatórias e de expansão da cultura do seguro. Qual é o papel da ANSP no estímulo ao debate e à disseminação de boas práticas nesse cenário?

EA - Nossos eventos são a forma pela qual entregamos para a sociedade nossa produção de conhecimento, em benefício dela própria. Eles são pautados pelo debate entre os diversos atores dessa indústria, cada qual com seu interesse. Desta forma, nossa produção é isenta e de qualidade. Uma de nossas cátedras trata exclusivamente de assuntos regulatórios, dada a importância que esse ator tem na indústria.

IC - Temas como longevidade, proteção financeira e educação previdenciária ganham cada vez mais relevância. Como a ANSP avalia os desafios e oportunidades para ampliar a conscientização da sociedade sobre esses assuntos?

EA - Esses também são temas relevantes e temos tratado deles recorrentemente. Por exemplo, participamos há anos da Semana de Educação Financeira, promovida pela Susep. Levamos para esse evento nossas melhores cabeças e os últimos estudos a respeito. A formação de novas lideranças é fundamental para a sustentabilidade do setor.

IC - Quais iniciativas a ANSP desenvolve para incentivar a capacitação de jovens profissionais, a diversidade na indústria de seguros e a integração de seus membros?

EA - Esse é um desafio da indústria como um todo. Nessa linha, a Academia tem estreitado relacionamento com instituições de ensino superior, oferecendo monitoramento dos trabalhos de conclusão de curso, mestrado ou doutorado, cujos temas têm a ver com seguros, previdência e atividades afins. Esses trabalhos são objetos de estudo também nas cátedras e, sempre que possível, em nossos eventos. Essa ação aproxima os jovens da Academia e do mercado de seguros e previdência.

IC - Para os próximos anos, quais tendências acredita que terão maior impacto no mercado de seguros e previdência e como a ANSP pretende contribuir para que o setor esteja preparado para essas mudanças?

EA - A sociedade é dinâmica e sempre haverá novas demandas, para o seguro e a previdência. Por ora, estamos às voltas com a IA e seu impacto em todas as atividades econômicas e humanas, as mudanças climáticas, o "cyber risk", a longevidade, enfim... Temos matéria-prima para muitos anos.

focused on the development of insurance and pensions. Digital transformation, climate change and other relevant topics serve as the foundation for our Chairs. They are open to general public, especially consumer representatives. In addition, our events - ANSP Cast, ANSP Café, and ANSP Forum - have increasingly reached consumers, as well as insurance industry professionals.

IC - The Brazilian insurance market is experiencing a period of significant regulatory changes and growing insurance awareness. What role does ANSP play in encouraging debate and disseminating best practices in this context?

EA - Our events are the means by which we deliver our knowledge production to society for its own benefit. They are guided by discussions among the various stakeholders in this industry, each with its own interests. In this way, our work remains impartial and of high quality. One of our Chairs deals exclusively with regulatory matters, given the importance of regulation within the industry.

IC - Topics such as longevity, financial protection and pension education are becoming increasingly relevant. How does ANSP assess the challenges and opportunities involved in raising public awareness about these issues?

EA - These are also highly relevant topics and we address them regularly. For instance, we have participated for years in the Financial Education Week promoted by SUSEP. We bring our leading experts and the latest studies on these subjects to the event. The development of new leaders is essential to the sustainability of the sector.

IC - What initiatives has ANSP developed to encourage the training of young professionals, promote diversity in the insurance industry and foster integration among its members?

EA - This is a challenge for the industry as a whole. In this regard, the Academy has strengthened its relationships with higher education institutions by offering guidance and supervision for undergraduate final projects, master's dissertations and doctoral theses related to insurance, pensions and associated fields. These works also become subjects of study within our Chairs and, whenever possible, are featured in our events. This initiative brings young professionals closer to both the Academy and the insurance and pension markets.

IC - Looking ahead, which trends do you believe will have the greatest impact on the insurance and pension markets, and how does ANSP intend to help the sector prepare for these changes?

EA - Society is dynamic, and there will always be new demands for insurance and pensions. At present, we are dealing with artificial intelligence and its impact on all economic and human activities, climate change, cyber risks, longevity and much more. We certainly have plenty of material to work with for many years to come.

Facsi Corretora de Seguros celebra 30 anos de história de superação e sucesso

Facsi Insurance Brokerage celebrates 30 years of history marked by overcoming challenges and success

Por/by Márcia Kovacs

A trajetória da Facsi Assessoria Administradora e Corretora de Seguros Ltda. se confunde com a história de empreendedorismo e superação construída por Simone Cristina Fávaro ao longo de quase três décadas. Fundada em 23 de maio de 1996, a corretora nasceu de forma simples, em uma pequena mesa dentro da residência da família, e tornou-se uma das empresas mais reconhecidas do mercado segurador de Jundiaí e região.

Antes de abrir o próprio negócio, Simone construiu experiência profissional na SulAmérica, onde adquiriu conhecimento técnico e comercial que serviu de base para a criação da corretora. Nos primeiros anos, a operação funcionava com estrutura reduzida, utilizando o telefone da casa da família para atender clientes, realizar cotações e acompanhar sinistros. O apoio familiar foi fundamental para sustentar o crescimento da empresa em um mercado competitivo.

Trabalho e maternidade

Enquanto estruturava a Facsi, Simone conciliava a rotina empresarial com a maternidade. A dedicação à família e ao trabalho exigiu organização, disciplina e resiliência, características que marcaram sua trajetória profissional.

A caminhada da empresa também foi marcada por desafios importantes, como mudanças inesperadas de imóveis alugados, crises econômicas, enchentes e episódios de roubo que afetaram parte da estrutura da operação. Mesmo diante das dificuldades, a Facsi manteve crescimento gradual, ampliando sua atuação nos segmentos corporativo, saúde, vida e benefícios, sempre priorizando atendimento



The trajectory of Facsi Assessoria Administradora e Corretora de Seguros Ltda. is closely intertwined with the story of entrepreneurship and overcoming challenges built by Simone Cristina Fávaro over nearly three decades. Founded on May 23, 1996, the brokerage began in a simple way, on a small desk inside the family home, and has become one of the most recognized insurance companies in the Jundiaí region and surrounding areas.

Before starting her own business, Simone gained professional experience at SulAmérica, where

she acquired technical and commercial knowledge that served as the foundation for creating the brokerage. In the early years, the operation functioned with a reduced structure, using the family home's telephone line to serve clients, prepare quotes, and follow up on claims. Family support was essential to sustaining the company's growth in a competitive market.

Work and motherhood

While building Facsi, Simone balanced her business routine with motherhood. The dedication to both family and work required organization, discipline, and resilience—traits that marked her professional journey.

The company's path was also marked by significant challenges, such as unexpected changes of rented office spaces, economic crises, floods, and theft incidents that affected part of the operation's structure. Even in the face of difficulties, Facsi maintained steady growth, expanding its presence in corporate, health, life and benefits segments, always prioritizing humanized service, transparency, and close rela-

humanizado, transparência e proximidade com os clientes. Com o passar dos anos, a corretora consolidou credibilidade em Jundiaí e em diversas cidades do interior paulista, fortalecendo sua reputação por meio do relacionamento próximo com os segurados e do investimento constante na qualificação da equipe.

Sede própria

Outro marco importante da história da empresa foi a inauguração da sede própria, um moderno edifício de cinco andares que simbolizou estabilidade, independência e a consolidação de décadas de trabalho iniciadas dentro de casa.

Nos últimos anos, a Facsi iniciou também o processo de sucessão familiar com a entrada de Guilherme Fávaro Martins na sociedade da corretora. Após atuar em diferentes áreas da empresa, ele passou a liderar projetos ligados à inovação, tecnologia e transformação digital, dando continuidade ao legado construído pela mãe.

Sincor -SP

Paralelamente à atuação empresarial, Simone Fávaro construiu uma trajetória de destaque no Sincor-SP. Inicialmente na Regional de Jundiaí, onde atuou por nove anos na diretoria regional, ela ganhou projeção estadual e passou a integrar a diretoria executiva da entidade.

Posteriormente, assumiu a 2ª vice-presidência por oito anos e atualmente ocupa o cargo de 1ª vice-presidente na gestão de Boris Ber, consolidando-se como uma das principais lideranças femininas do mercado de seguros paulista.

Celebração

A celebração dos 30 anos da Facsi Corretora de Seguros reuniu executivos, seguradoras, parceiros comerciais, clientes e familiares no Espaço Brunholi, em Jundiaí. Simone Fávaro, muito emocionada durante a celebração, onde seus pais ficaram em lugares de destaque na cerimônia, sendo destaques durante o evento. “Comandar a Facsi durante 30 anos foi uma jornada de muito aprendizado, dedicação e amor. Sou apaixonada pela profissão de corretora de seguros, e isso foi a força que me motivou a seguir em frente, ter a satisfação de ver sonhos se transformarem em conquistas, acompanhar o crescimento de tantas pessoas e saber que cada desafio enfrentado ajudou a construir uma história da qual tenho muito orgulho”, celebrou Simone.

O evento marcou o reconhecimento a uma trajetória construída com trabalho, perseverança e forte relacionamento humano, características que transformaram a Facsi em referência no mercado segurador regional e consolidaram a história de Fávaro como uma das lideranças femininas de destaque no setor.

tionships with clients. Over the years, the brokerage consolidated its credibility in Jundiaí and several cities in the Country side of São Paulo State, strengthening its reputation through close relationships with policyholders and continuous investment in team training.

Headquarters

Another important milestone in the company's history was take place of its own Headquarters, a modern five-story building that symbolized stability, independence, and the consolidation of decades of work that began inside a home.

In recent years, Facsi also began a family succession process with the entry of Guilherme Fávaro Martins into the brokerage's partnership. After working in different areas of the company, he began leading projects related to innovation, technology and digital transformation, continuing the legacy built by his mother.

Sincor - SP

Alongside her business activities, Simone Fávaro built a distinguished career at Sincor-SP. Initially in the Jundiaí Regional, where she served for nine years on the regional board, she gained statewide recognition and joined the entity's executive board.

Later, she served as 2nd Vice President for eight years and currently holds the position of 1st Vice President in the administration led by Boris Ber, establishing herself as one of the leading female figures in the São Paulo insurance market.

Celebration

The 30th anniversary celebration of Facsi Insurance Brokerage brought together executives, insurers, business partners, clients and family members at Espaço Brunholi, in Jundiaí. Simone Fávaro, visibly moved during the celebration, with her parents seated in prominent positions during the ceremony, highlighted them throughout the event. “Leading Facsi for 30 years has been a journey of much learning, dedication, and love. I am passionate about the profession of insurance broker, and that has been the driving force that motivated me to keep moving forward. It is rewarding to see dreams turn into achievements, to witness the growth of so many people, and to know that each challenge faced helped build a story of which I am very proud,” Simone celebrated.

The event marked the recognition of a journey built on hard work, perseverance, and strong human relationships—characteristics that turned Facsi into a benchmark in the regional insurance market and consolidated Fávaro's story as one of the leading female figures in the sector.



Fotos: Alexandre Machado

Grupo líder global de assistência se reposiciona como Redion e acelera expansão no País

Global Assistance Leader repositions itself as Redion and accelerates growth and expansion in Brazil

A Europ Assistance passa a operar sob a marca Redion, unificando a identidade corporativa da organização que movimenta globalmente €5,8 bilhões anuais, emprega mais de 12 mil profissionais em todo o mundo e atende clientes em mais de 190 países

Europ Assistance begins operating under the Redion brand, unifying the corporate identity of an organization that generates €5,8 billion annually worldwide, employs over 12,000 professionals across the globe and serves customers in more than 190 countries

O nome RediOn remete à expressão em inglês "Ready-On" (sempre atentos) significa que as equipes estão sempre preparadas e disponíveis e "On" (conectados) sinaliza conectividade— sempre ativos, sempre acessíveis, com uma presença permanente junto do cliente: acompanhando em tempo real o que acontece com os nossos parceiros e clientes.

O objetivo é permitir que nosso público alvo se beneficie de toda a escala da operação global, mantendo sempre a cultura do cuidado: "You live, we care".

Para Sergio Marcos, CEO da Redion no Brasil, a transformação é estrutural. "Pela primeira vez, operamos como um grupo global com uma identidade simples, moderna e revigorante, capaz de apresentar uma proposta de valor clara e mais ambiciosa em todos os mercados", reforça.

The name RediOn is inspired by the English expression "Ready-On" (always watchful), reflecting teams that are constantly prepared and available. The word "On" also conveys connectivity—always active, always accessible, maintaining a constant presence alongside customers by monitoring, in real time, everything that happens with our partners and clients.

Our purpose is to enable our target audience to benefit from the full scale of our global operations while preserving our culture of care: "You live, we care."

According to Sergio Marcos, Redion Brasil CEO, this transformation is structural. "For the first time, we are operating as a global group with a simple, modern and revitalized identity, capable of delivering a clearer and more ambitious value proposition across all markets," he emphasizes.

No mercado brasileiro, a transformação da marca acontece em um momento de investimentos em cinco frentes: qualidade de serviço, expansão de parcerias comerciais, fortalecimento da capacidade operacional, avanços em tecnologia e consolidação da cultura organizacional.

Qualidade de serviço, diversificação e rede de prestadores

Sergio Marcos, CEO da Redion no Brasil, estabelece três novas prioridades estratégicas para 2026.

A primeira é melhorar ainda mais a qualidade de serviço e a jornada digital com inteligência artificial. "É nossa prioridade número um", afirma. "Estamos focados em entregar a melhor experiência ao cliente em todas as áreas, em todos os momentos, buscando sempre a melhor eficiência operacional", acrescenta.

A segunda prioridade é crescer com diversificação e inovação, desenvolvendo novos produtos e serviços (alguns disruptivos no mercado), tanto para os atuais clientes, como para os novos que irão se juntar a nós em breve.

A terceira envolve melhorar o funcionamento da rede de prestadores, com mais capilaridade, comunicação, treinamento e incentivos baseados na qualidade percebida pelo cliente. Procuramos cenários ganha-ganha.

Plano comercial rumo a ultrapassar R\$ 2 bilhões até 2030

Rogerio Guandalini, diretor executivo Comercial e Marketing: "A prioridade é consolidar a empresa como líder reconhecida com foco em qualidade, alcançando a posição top of mind no mercado".

A estratégia passa por diversificar o portfólio em todas as linhas de negócio em segmentos estratégicos. "Parcerias com empresas dos setores financeiro, securitário, mobilidade, residencial e turismo são fundamentais para sustentar esse crescimento. Temos uma escala nessas indústrias que fazem com que sejamos um dos players mais competitivos do mercado."

O acompanhamento dos clientes foi reforçado com mais



Sergio Marcos

In the Brazilian market, the brand remaking comes at a time of strategic investments focused on five key areas: service quality, expansion of commercial partnerships, strengthening operational capabilities, technological advancement and setting of our organizational culture.

Service quality, diversification and service providers network

Sergio Marcos, Redion Brasil CEO, has established three new strategic priorities for 2026.

The first is to further enhance service quality and the digital customer journey through artificial intelligence. "This is our number one priority," he says. "We are committed to delivering

the best possible customer experience across every touchpoint, while continuously improving operational efficiency."

The second priority is to drive growth through diversification and innovation by developing new products and services (some of them truly disruptive in the market), for both our existing customers and the new clients who will soon join us.

Commercial strategy toward exceeding R\$ 2 billion by 2030

According to Rogerio Guandalini, Commercial and Marketing Executive Director: "Our priority is to establish the Company as the recognized market leader in quality and become the industry's top-of-mind brand."

The strategy includes diversifying the portfolio across all business lines within strategic market segments. "Partnerships with financial services companies, insurance, mobility, residence and tourism sectors are essential to sustaining this growth. Our scale within these industries makes us one of the most competitive players in the market."

Customer management has also been strengthened through greater specialization among account managers. "Our professionals are industry specialists who act as the voice of the customer within the organization, monitoring quality indicators on a daily basis and ensuring that customer needs are fully addressed."

especialização dos gestores de contas. "São especialistas por segmento e indústrias, ou seja, as vozes-dos-clientes dentro da organização, acompanhando diariamente os indicadores de qualidade e concluindo as demandas".

Temos intensificado a nossa presença em eventos especializados em diversos setores, principalmente no Turismo, levando a um mercado um atendimento de qualidade, por meio da nossa rede internacional construída ao longo dos nossos 63 anos. Uma das iniciativas pioneiras foi o lançamento da 1ª sala vip no Porto de Santos, evento inédito que foi planejado com muito cuidado para atender aos nossos clientes de cruzeiros com seguro-viagem.

Consolidação da qualidade e expansão da rede

Tiago Massarico, diretor executivo de Operações: "A empresa vem fortalecendo sua proposta de valor. Com uma das maiores bases de clientes ativos, a Redion atende grandes organizações. Hoje realizamos mais de 150 mil assistências por mês, o que nos posiciona entre as maiores operações do setor", destaca Massarico.

A Redion consolidou indicadores robustos de satisfação, alcançando níveis de NPS em torno de 80 pontos — um marco que reflete a consistência da entrega e a confiança dos clientes. Essa evolução é resultado de um amplo programa de transformação. Entre os destaques estão a implantação de um novo sistema central de gestão de assistência e telefonia, que modernizaram o controle do atendimento e trouxeram maior eficiência e escalabilidade.

Utilizando modelos preditivos, a



Rogerio Guandalini

We have also expanded our presence at specialized events, particularly within the tourism sector, showcasing the quality of our services through the international network we have built over our 63-year history. One pioneering initiative was the launch of the first VIP lounge at the Port of Santos, an unprecedented project carefully designed to provide an exceptional experience for our cruise travel insurance customers.

Strengthening quality and expanding the service network

According to Tiago Massarico, Operational Executive Director, "The Company has continued to strengthen its value proposition. Having one of the largest active customer bases in the market, Redion serves large organizations. Today, we deliver more than 150,000 assistance services every month, positioning us among the sector largest operation, highlights Massarico."

Redion has achieved consistently strong customer satisfaction metrics, reaching Net Promoter Score (NPS) levels of approximately 80 points—a significant milestone reflecting the consistency of our service delivery and the trust our customers place in us.

This progress is the result of a broad transformation program. Key initiatives include a new centralized assistance management implementation and telephony platform, modernizing service operations while increasing efficiency and scalability.

Using predictive models, Redion has also enhanced both the coverage and quality of its provider network, focusing on regions experiencing the highest demand growth. "Our goal is to ensure the same standard of excellence in every region of Brazil."



Tiago Massarico

Redion vem aprimorando a capilaridade e a qualidade da rede, com foco nas regiões de maior crescimento de demanda. “Nosso objetivo é garantir o padrão de excelência em qualquer localidade do Brasil”.

Três pilares para transformação tecnológica

Paulo Hussar, diretor executivo de Tecnologia da Informação da Redion no Brasil, estruturou a área em três pilares:

Robustez de Infraestrutura: a prioridade tem sido garantir resiliência, disponibilidade e segurança para sustentar o crescimento do negócio. Entre os avanços recentes estão a ampliação dos protocolos de segurança da informação, a adoção da autenticação multifator em sistemas críticos e iniciativas contínuas de identificação e mitigação de vulnerabilidades apoiadas por inteligência artificial.

Aceleração das Jornadas Digitais: transformando a forma como a Redion se conecta com clientes e parceiros. A expansão dos canais digitais, incluindo integrações via WhatsApp e o desenvolvimento de soluções permitem processos mais ágeis, mais automação e uma experiência mais fluida ao longo de toda a jornada de atendimento.

Por fim, em Dados & IA, a Redion vem consolidando sua estratégia criando soluções que ampliam a capacidade analítica e apoiam decisões mais rápidas e assertivas.

“Nosso objetivo é criar uma base tecnológica sólida, segura e escalável, capaz de sustentar o crescimento da companhia e acelerar a inovação em todas as áreas”, afirma Hussar

Otimização de Recursos para a eficiência e a robustez financeira

Sob a liderança de José Andrés Acebo-Niño, diretor executivo Financeiro e CFO da Redion, a área financeira impulsionou a transformação da marca com foco em eficiência, inovação e uso estratégico da tecnologia.

A área financeira foi estruturada para otimizar os recursos disponíveis, potencializar as capacidades dos colaboradores,

Three pillars driving technological transmutation

Paulo Hussar, Information Technology Executive Director at Redion Brasil, has structured the technology strategy around three pillars:

Infrastructure strength: The priority has been to ensure resilience, availability and security to support business growth. Recent initiatives include strengthening information security protocols, implementing multi-factor authentication across critical systems and continuously identifying and mitigating vulnerabilities with the support of Artificial Intelligence.

Digital journeys speed-up: Redion is transforming the way it connects with customers and partners. The expansion of digital channels, including WhatsApp integration and the development of digital solutions have enabled faster processes, greater automation and a smoother customer experience throughout the entire service journey.

Lastly in Data & AI, Redion continues to strengthen its strategy by developing solutions that expand analytical capabilities and support faster, more informed decision-making.

“Our objective is to build a robust, secure and scalable technology foundation capable of supporting the Company's growth while accelerating innovation across every area of the business,” states Hussar.

“Our objective is to build a robust, secure and scalable technology foundation capable of supporting the Company's growth while accelerating innovation across every area of the business,” states Hussar.

Resource optimization for efficiency and financial strength

Under José Andrés Acebo-Niño leadership, Redion CFO and Finance Executive Director, the finance function has played a key role in supporting the Company's brand transformation through efficiency, innovation and the strategic use of technology.

The finance organization has been structured to optimize available resources, maximize employee capabilities and enable every initiative associated with the brand transformation. These changes have ensured the achievement of key financial objectives, including profitability, operational efficiency, increased competitiveness and greater investment

viabilizando todas as iniciativas da mudança de marca. Essas mudanças garantiram o atingimento dos objetivos financeiros de rentabilidade, eficiência, maior competitividade e capacidade de investimentos para o presente e futuro.

A área teve sucesso na adaptação das diretrizes globais no negócio brasileiro, destacando o uso da IA, o cumprimento dos compromissos com acionistas e a melhora sustentada e constante dos indicadores de rentabilidade e eficiência. Reforçando a premissa de que cada investimento deve gerar valor para o negócio e que a efetividade deve vir sempre com a qualidade que se entrega aos clientes.

Cultura de excelência e certificação GPTW reforçam estratégia de marca empregadora da Redion

Bruno Bittencourt, diretor executivo de Recursos Humanos da Redion, lidera uma agenda estratégica: fortalecer a marca empregadora e consolidar uma cultura de meritocracia, performance e excelência.

Em abril de 2026, a empresa conquistou a certificação Great Place to Work (GPTW), reconhecimento que valida o trabalho contínuo de transformação cultural desenvolvido nos últimos anos. O resultado também reflete o alto nível de engajamento dos colaboradores, com 91% de satisfação na Pesquisa Global de Opinião do Grupo Redion. A cultura organizacional está estruturada nos valores da companhia: meritocracia, reconhecimento por resultados, indicadores como NPS e produtividade.

“Nosso objetivo é fortalecer uma cultura de excelência e consolidar a Redion como uma marca empregadora cada vez mais reconhecida. O desenvolvimento contínuo da liderança será fundamental para sustentar o crescimento da empresa, especialmente neste novo momento de evolução da marca”, destaca Bittencourt.



José Andrés Acebo-Niño

capacity for both the present and the future.

The area had success in the global corporate guidelines to the Brazilian business, with particular emphasis on the use of Artificial Intelligence, the fulfillment of commitments to shareholders and the continuous improvement of profitability and efficiency indicators.

This reinforces the principle that every investment must generate tangible value for the business and that operational effectiveness must always go hand in hand with the quality delivered to customers.

Culture of excellence and GPTW certification strengthen Redion's employer brand

Bruno Bittencourt, Human Resources Executive Director at Redion, leads a strategic agenda focused on strengthening the Company's employer brand while fostering a culture of meritocracy, high performance and excellence.

In 2026 April, the Company earned the Great Place to Work (GPTW) certification, recognizing the continuous cultural transformation achieved over recent years. The certification also reflects the high level of employee engagement, with 91% satisfaction in the Redion Group's Global Employee Opinion Survey.

The Company's organizational culture is built upon its core values, including meritocracy, recognition based on performance and key indicators such as Net Promoter Score (NPS) and productivity.

“Our objective is to strengthen a culture of excellence and further establish Redion as an increasingly recognized employer of choice. The continuous development of our leadership team will be essential to sustaining the company's growth, particularly during this new phase in the evolution of our brand,” concludes Bittencourt.



Bruno Bittencourt

‘Sou Segura’: quando mulheres lideram, o mercado se transforma

‘Sou Segura’: when women lead, the market transforms

Camila Maximo relata como uma associação construída por mulheres saiu da margem e se tornou referência na pauta de equidade de gênero

Camila Maximo explains how an association built by women moved from the margins to become a leading voice in advancing gender equity

Quando começamos a desenhar o que hoje é a ‘Sou Segura’, falar de equidade de gênero no setor ainda parecia uma pauta distante das prioridades do mercado. Eu via poucas mulheres em cargos de alta liderança, apesar de conviver com equipes majoritariamente femininas, competentes e comprometidas com o negócio. Com o tempo, essa insistência virou trabalho consistente, programas estruturados e dados que já não permitem que o tema seja empurrado para a lateral da estratégia.

Fui uma das idealizadoras e cofundadoras da associação, nascida da inquietação de executivas que se perguntavam por que ainda éramos exceção nos conselhos, presidências e diretorias. Ao longo desses cinco anos, estive presente em cada etapa da construção dessa rede, acompanhando de perto o crescimento das mu-



When we first began designing what is now ‘Sou Segura’, talking about gender equity in the insurance sector still seemed far removed from the industry’s priorities. I saw very few women in senior leadership positions, despite working alongside teams that were predominantly female, highly competent, and deeply committed to the business. Over time, that persistence evolved into consistent work, structured programs, and data that no longer allow the issue to be pushed to the sidelines of corporate strategy.

I was one of the association’s founders and co-founders, born from the concerns of women executives who questioned why we were still the exception in boardrooms, executive leadership and C level positions. Over the past five years, I have been involved in every stage of building this network, closely following the

lheres que se aproximaram da Sou Segura. Hoje, assumir a presidência representa o desdobramento natural de uma trajetória em que a equidade de gênero sempre foi pilar central das minhas gestões.

O estudo “Mulheres no Mercado de Seguros”, da Escola de Negócios e Seguros (ENS), com participação ativa da Sou Segura, mostra que as mulheres são maioria da força de trabalho do setor, representando mais da metade dos profissionais, mas seguem sub-representadas na alta liderança. Historicamente, a pesquisa registrou quatro homens para cada mulher em posições executivas; hoje esse número se aproxima de dois para um. É avanço real, mas ainda existe um teto de vidro, e a desigualdade salarial persiste entre profissionais em funções equivalentes. Os números ajudam a tirar a questão do campo da percepção e a colocá-la no centro da agenda de gestão.

A resposta da ‘Sou Segura’ passa por três pilares: formação, desenvolvimento de lideranças e transformação da cultura organizacional. Os programas de mentoria são o exemplo mais visível desse impacto, conectando executivas experientes com mulheres em início ou transição de carreira e ajudando muitas a saírem de funções intermediárias para alcançar cargos de coordenação, gerência e diretoria. Também promovemos capacitação em liderança e gestão e realizamos eventos como o ‘Sou Segura Summit’, que discute ESG, assédio, saúde mental e o impacto da liderança feminina na cultura das empresas.

Outro eixo é o reconhecimento de boas práticas, com premiações alinhadas a princípios globais de empoderamento das mulheres, sinalizando ao mercado que diversidade e inclusão saíram do discurso e entraram na prática. Em cinco anos, a ‘Sou Segura’ deixou de ser apenas uma associação de mulheres para se tornar interlocutora de quem decide no setor. Nos conectamos com presidentes, conselheiros e entidades representativas, levando equidade para os fóruns onde o futuro do mercado é desenhado, enquanto estudos e relatórios já registram a ampliação de políticas formais de promoção da diversidade.

Quando falamos em mulheres no comando, não falamos apenas da presidência da Sou Segura, mas de todas as lideranças femininas que queremos ver à frente de seguradoras, corretoras, entidades e áreas de inovação. Este artigo é um convite: às mulheres, para que ocupem os espaços de mentoria e se reconheçam como lideranças em potencial; às empresas, para que transformem boas intenções em metas concretas; e ao mercado, para que entenda que diversidade não é agenda de imagem, mas fator de competitividade e sustentabilidade.

Camila Maximo é presidente da Sou Segura, associação dedicada à equidade de gênero no mercado de seguros brasileiro, e atua no setor segurador há mais de duas décadas.

growth of the women who joined Sou Segura. Today, taking on the presidency is the natural continuation of a journey in which gender equity has always been a central pillar of my leadership.

The “Women in the Insurance Market” study, conducted by the National School of Insurance (ENS) with the active participation of ‘Sou Segura’, shows that women make up the majority of the insurance sector’s workforce, accounting for more than half of all professionals. Yet they remain under-represented in senior leadership. Historically, the research found four men for every woman in executive positions; today, that ratio has narrowed to nearly two to one. This is meaningful progress, but the glass ceiling still exists, and the gender pay gap persists among professionals in equivalent roles. These figures help move the discussion beyond perception and place it at the center of the management agenda. ‘Sou Segura’s’ response is built on three pillars: education, leadership development, and the transformation of organizational culture. Our mentoring programs are the most visible example of this impact, connecting experienced executives with women who are beginning or transitioning in their careers and helping many move from mid-level positions into coordination, management, and executive leadership roles. We also provide leadership and management training and organize events such as the ‘Sou Segura Summit’, which addresses ESG, workplace harassment, mental health and the impact of womanly leadership on corporate culture.

Another key pillar is the recognition of best practices through awards aligned with global women’s empowerment principles, signaling to the market that diversity and inclusion have moved beyond rhetoric and into action. In just five years, Sou Segura has evolved from being simply a women’s association into becoming a respected voice among the insurance sector’s decision-makers. We work closely with CEOs, board members, and industry organizations, bringing gender equity into the forums where the future of the market is shaped, while studies and reports continue to document the expansion of formal diversity promotion policies.

When we talk about women in leadership, we are not referring only to the presidency of Sou Segura, but to all the women leaders we hope to see at the helm of insurance companies, brokerage firms, industry organizations, and innovation areas. This article is an invitation: to women, to embrace mentoring opportunities and recognize themselves as future leaders; to companies, to turn good intentions into measurable goals; and to the market, to understand that diversity is not merely an issue of corporate image, but a driver of competitiveness and long-term sustainability.

Camila Maximo is Sou Segura President, an association dedicated to promoting gender equity in the Brazilian insurance market. She has worked in the insurance industry for more than two decades

Encontro Estadual Feminino de Corretoras de Seguros, promovido pelo Sincor-RS

Women Insurance Brokers State Meeting, organized by Sincor-RS

Por/by Márcia Kovacs

Realizou sua 13ª edição em 29 de maio de 2026, no Centro de Eventos da Fecomércio em Porto Alegre



Genesi Cassol recebeu uma homenagem especial aos seus 40 anos dedicados ao mercado de seguros e ao Sincor-RS
Genesi Cassol received a special tribute in recognition of 40 years dedicated to Sincor-RS and the Insurance market

Held its 13th edition on May 29, 2026, at the Fecomércio Events Center in Porto Alegre

Reunindo cerca de 600 mulheres, entre corretoras de seguros, executivas, lideranças e profissionais do mercado segurador, o evento consolidou-se mais uma vez como uma das principais iniciativas voltadas ao protagonismo feminino no setor de seguros.

Com uma programação diversificada, o encontro abordou temas relacionados à liderança, desenvolvimento profissional, inclusão, diversidade, empreendedorismo, carreira, inteligência emocional e responsabilidade social, promovendo um ambiente de aprendizado, troca de experiências e fortalecimento do networking.

André Thozeski, presidente do Sincor-RS, recepcionou pessoalmente todas as participantes e estava emocionado com a realização do evento. “Estou muito feliz ao entregar mais uma edição deste importante acontecimento. Agradeço às 600 congressistas, às voluntárias, às panelistas e palestrantes e também aos patrocinadores. Foi um dia lindo e importante, onde o tema ‘violência contra a mulher’, teve seu merecido destaque e foi amplamente debatido, buscamos caminhos de como mudar este cenário terrível”, destacou Thozeski.

Genesi Cassol, vice-presidente do Sincor-RS, comentou que o encontro organizado exclusivamente para as mulheres corretoras de seguros acontece desde 2003. “Nossa gratidão às 600 mulheres participantes que tornaram este belíssimo evento ainda mais especial”, ressaltou Genesi. A abertura oficial contou com a presença das lideranças do Sincor-RS, que destacaram a importância da diversidade, da inclusão e do fortalecimento das mulheres nos espaços de decisão do setor.

Patricia Chacon abre a programação

A primeira palestra do dia foi conduzida por Patricia Chacon, CEO da Porto Seguro, que compartilhou sua trajetória profissional e os desafios enfrentados até assumir uma das posições mais importantes do mercado segurador brasileiro. Durante sua apresentação, a executiva abordou temas como liderança humanizada, formação de equipes de alta performance, inovação, diversidade corporativa e transformação cultural nas organizações. Patricia também ressaltou a importância da preparação contínua, do desenvolvimento de talentos e da presença feminina em posições estratégicas.



Bringing together approximately 600 women, including insurance brokers, executives, industry leaders, and insurance professionals,

the event once again established itself as one of the sector's leading initiatives dedicated to promoting female leadership and empowerment. Featuring a diverse program, the meeting addressed topics related to leadership, professional development, inclusion, diversity, entrepreneurship, career advancement, emotional intelligence, and social responsibility, fostering an environment of learning, experience sharing, and networking.

André Thozeski, President of Sincor-RS, personally welcomed all participants and expressed his enthusiasm about the event. “I am very pleased to deliver another edition of this important gathering. I would like to thank the 600 attendees, the volunteers, panelists, speakers, and our sponsors. It was a beautiful and meaningful day, during which the issue of ‘violence against women’ received the attention it deserves and was widely discussed as we sought ways to change this terrible reality,” said Thozeski.

Genesi Cassol, Vice President of Sincor-RS, noted that this event, organized exclusively for women insurance brokers, has been held since 2003. “We are deeply grateful to the 600 women whose participation made this remarkable event even more special,” she emphasized. The official opening featured Sincor-RS leadership, who highlighted the importance of diversity, inclusion, and strengthening the presence of women in decision-making positions within the insurance industry.

Patricia Chacon Opens the Program The first

keynote of the day was delivered by Patricia Chacon, CEO of Porto Seguro, who shared her professional journey and the challenges she faced before reaching one of the most prominent leadership positions in the Brazilian insurance market. During her presentation, she addressed topics such as human-centered leadership, building high-performance teams, innovation, corporate diversity, and organizational cultural transformation. Patricia also emphasized the importance of continuous learning, talent development, and increasing female representation in strategic leadership positions.

Painel debate violência contra a mulher

Um dos momentos mais marcantes da programação foi o painel “Violência Contra a Mulher: Como mudar isso?”, que ampliou a discussão para questões sociais que impactam diretamente a vida das mulheres dentro e fora do ambiente profissional.

As painelistas discutiram os diferentes tipos de violência enfrentados pelas mulheres, incluindo violência física, psicológica, moral, patrimonial e digital. O debate destacou a importância da conscientização, da educação e da atuação conjunta entre sociedade, empresas e poder público para combater a violência de gênero.

Também foram abordadas políticas de acolhimento, mecanismos de denúncia, fortalecimento das redes de proteção e a necessidade de criar ambientes corporativos mais seguros, inclusivos e acolhedores.

Liderança consciente

Abrindo a programação da tarde, a especialista em desenvolvimento humano, Soraia Schutel apresentou uma palestra focada no autoconhecimento e na construção de lideranças mais conscientes e preparadas para os desafios contemporâneos. A palestrante abordou temas relacionados à inteligência emocional, propósito, gestão de mudanças, tomada de decisões e construção de confiança.

E também, destacou que a liderança moderna exige competências comportamentais cada vez mais desenvolvidas, incluindo empatia, escuta ativa, capacidade de adaptação e visão estratégica.

Painel das Lideranças reúne executivas do setor

O “Painel das Lideranças”, reuniu executivas de grandes empresas do mercado segurador para compartilhar experiências e discutir os desafios enfrentados pelas mulheres em cargos de gestão. As executivas relataram suas trajetórias, os obstáculos enfrentados ao longo da carreira e as estratégias utilizadas para conquistar posições de destaque em um mercado historicamente predominantemente masculino. O painel teve caráter inspiracional, reforçando a importân-



Panel Discusses Violence Against Women

One of the most significant moments of the program was the panel discussion “Violence Against Women: How Can We Change This?”, which

expanded the conversation to social issues that directly affect women's lives both inside and outside the workplace. The panelists discussed the various forms of violence experienced by women, including physical, psychological, moral, economic, and digital violence. The debate highlighted the importance of awareness, education, and coordinated action among society, businesses, and public authorities to combat gender-based violence. The discussion also covered support policies, reporting mechanisms, strengthening protection networks, and the need to create safer, more inclusive, and welcoming corporate environments.

Conscious Leadership

Opening the afternoon session, human development specialist Soraia Schutel delivered a presentation focused on self-awareness and developing more conscious leaders prepared to face today's challenges. Her lecture addressed emotional intelligence, purpose, change management, decision-making, and building trust. She also emphasized that modern leadership increasingly requires well-developed behavioral competencies, including empathy, active listening, adaptability, and strategic vision.

Leadership Panel Brings Together Women Executives

The “Leadership Panel” brought together executives from leading insurance companies to share their experiences and discuss the challenges women face in management positions. The executives reflected on their career paths, the obstacles they encountered, and the strategies they adopted to achieve leadership roles in a historically male-dominated industry. The panel served as a source of inspiration, reinforcing the im-

portance of female representation and the sharing of experiences as a way to encourage new generations of women leaders.

Cristina Ranzolin encerra o encontro

A jornalista e apresentadora Cristina Ranzolin foi responsável pelo encerramento da programação de palestras. Reconhecida por sua trajetória na comunicação, Cristina compartilhou experiências pessoais e profissionais, abordando temas como superação, credibilidade, reinvenção, disciplina e resiliência.

Sua apresentação trouxe reflexões sobre os desafios da carreira, a necessidade de adaptação constante às mudanças e a importância da construção de uma reputação sólida ao longo do tempo. A palestra encerrou o evento em tom inspirador, incentivando as participantes a enfrentarem novos desafios com confiança, determinação e propósito.

Networking e fortalecimento de relacionamentos

Além do conteúdo técnico e comportamental, o encontro contou com a feira das seguradoras, espaços de relacionamento, espaços de bem-estar onde as mulheres receberam de profissionais renomados maquiagem e um ‘trato’ nos cabelos, além de café de boas-vindas, mimos nos estandes das seguradoras parceiras e coquetel de encerramento fechando um dia inesquecível.

Os ambientes de convivência proporcionaram oportunidades para networking, geração de negócios e aproximação entre corretoras, seguradoras, assessorias e lideranças do setor.

Ficou evidenciado neste encontro, o papel cada vez mais relevante das mulheres na evolução do mercado segurador brasileiro. Combinando conhecimento, desenvolvimento humano, liderança e responsabilidade social, o 13º Encontro Estadual Feminino de Corretoras de Seguros do Rio Grande do Sul reafirmou sua posição como uma das mais importantes iniciativas do setor voltadas ao fortalecimento do protagonismo feminino.

Criado em 2003, o Encontro Estadual Feminino de Corretoras de Seguros é considerado uma iniciativa pioneira dentro do mercado segurador nacional. Ao longo de mais de duas décadas, tornou-se um espaço dedicado à valorização da mulher, acompanhando o crescimento da participação feminina em cargos de liderança e incentivando o desenvolvimento profissional das corretoras de seguros.

portance of female representation and the sharing of experiences as a way to encourage new generations of women leaders.

Cristina Ranzolin Closes the Event

Journalist and television presenter Cristina Ranzolin concluded the conference program. Recognized for her distinguished career in journalism, Cristina shared personal and professional experiences while discussing themes such as overcoming challenges, credibility, reinvention, discipline, and resilience. Her presentation encouraged reflection on career challenges, the importance of continuously adapting to change, and the value of building a solid professional reputation over time. Her inspiring keynote closed the event by encouraging participants to embrace new challenges with confidence, determination, and purpose.

Networking and Relationship Building

In addition to the technical and behavioral content, the event featured an exhibition area with insurance companies, networking spaces, and wellness areas where participants enjoyed professional makeup services and hairstyling provided by renowned beauty specialists. Guests were also welcomed with coffee, received gifts from partner insurers at their booths, and attended a closing cocktail reception that concluded an unforgettable day. These networking spaces created valuable opportunities for business development and strengthened relationships among insurance brokers, insurers, brokerage support firms, and industry leaders. The meeting clearly demonstrated the increasingly significant role women play in the evolution of the Brazilian insurance market. By combining technical knowledge, human development, leadership, and social responsibility, the 13th State Women Insurance Brokers Meeting of Rio Grande do Sul reaffirmed its position as one of the insurance industry's most important initiatives dedicated to strengthening female leadership.

Created in 2003, the State Women Insurance Brokers Meeting is considered a pioneering initiative within Brazil's insurance industry. Over more than two decades, it has become a dedicated platform for recognizing and empowering women, accompanying the growing participation of women in leadership positions while encouraging the professional development of women insurance brokers.

Especialização em Salamanca reforça tradição acadêmica do escritório Machado e Cremoneze

Specialization in Salamanca reinforces the academic tradition of Machado e Cremoneze law firm

A conclusão da especialização em Direito ("Contratos y Daños") pela advogada, Eduarda Cremoneze, sócia do escritório Machado e Cremoneze, foi celebrada como uma conquista acadêmica, profissional e familiar. A cerimônia de formatura ocorreu na histórica Universidade de Salamanca, uma das mais tradicionais instituições de ensino superior do mundo.

A formação representa mais um passo na trajetória da jovem, Dra. Eduarda e reforça o compromisso do escritório com o aprimoramento técnico e a com a qualificação contínua de seus profissionais. A conquista foi destacada por seu tio e colega de profissão, Paulo Cremoneze, que ressaltou o significado da experiência para a carreira da profissional e para o fortalecimento intelectual da banca. Segundo ele, a passagem por Salamanca tem um valor especial por ter sido também um marco em sua própria formação acadêmica.

"Jamais imaginei estudar em Salamanca. Jamais imaginei que minha sobrinha estudaria", afirmou Cremoneze, ao recordar a importância da instituição em sua trajetória pessoal e profissional.

De acordo com o advogado, os conhecimentos adquiri-



The completion of the specialization in Law ("Contratos y Daños") by attorney Eduarda Cremoneze, partner at Machado e Cremoneze Law Firm, was celebrated as an academic, professional and family achievement. The graduation ceremony took place at the historic University of Salamanca, one of the world's most traditional institutions of higher education.

The program represents another step in the career of the young attorney, Dr. Eduarda and reinforces the firm's commitment to technical improvement and the continuous qualification of its professionals. The achievement was highlighted by her uncle and fellow attorney, Paulo Cremoneze, who emphasized the significance of the experience for the attorney's career and for the intellectual strengthening of the firm. According to him, the time spent in Salamanca has special value because it was also a milestone in his own academic education.

"I never imagined studying in Salamanca. I never imagined that my niece would study there," said Cremoneze, recalling the importance of the institution in his personal and professional journey.

According to the attorney, the knowledge acquired by the

dos pela jovem jurista contribuirão significativamente para o desenvolvimento de sua carreira e para a evolução técnica do escritório. Ele também reafirmou o compromisso de ampliar oportunidades para que outros profissionais da equipe possam frequentar cursos na tradicional universidade espanhola, reconhecida internacionalmente como um dos principais centros de formação jurídica do mundo.

A formatura marca ainda o ingresso de Eduarda na comunidade dos chamados "Salamantinos", denominação atribuída aos alunos e ex-alunos da secular instituição. Ao final da homenagem, o advogado agradeceu a Deus pela conquista e dedicou a celebração ao sucesso do pontificado de Leão XIV.



young jurist will contribute significantly to the development of her career and to the firm's technical advancement. He also reaffirmed his commitment to expanding opportunities so that other professionals on the team may attend courses at the traditional Spanish university, internationally recognized as one of the world's leading centers for legal education.

The graduation also marks Eduarda's admission into the community of the so-called "Salmantinos," the designation given to the students and alumni of the centuries-old institution. At the end of the tribute, the attorney thanked God for the achievement and dedicated the celebration to the success of the pontificate of Leo XIV.

University of Salamanca

Universidade de Salamanca

Fundada em 1218 pelo rei Afonso IX de Leão, a Universidade de Salamanca é a mais antiga universidade da Espanha e uma das mais antigas em atividade no mundo. Entre os séculos XV e XVI, tornou-se um dos principais centros intelectuais da Europa, destacando-se pela influência da chamada Escola de Salamanca no desenvolvimento do Direito Internacional, da Filosofia Política e da Teoria Econômica moderna. Até os dias atuais, a instituição permanece como referência global na formação jurídica e humanística.

Machado e Cremoneze Advogados Associados

O escritório Machado e Cremoneze Advogados Associados é um escritório, com tradição no mercado segurador, atuando desde 1970. Especializado em Direito dos Seguros, Direito Marítimo, Direito dos Transportes e Responsabilidade Civil. A sociedade foi estruturada em seu formato atual em 2001, dando continuidade ao trabalho iniciado por Rubens Walter Machado. O escritório presta assessoria e representação jurídica para seguradoras, empresas e demais clientes em demandas contenciosas e consultivas. Possui sedes em Santos e São Paulo, além de atuação internacional com filial em Orlando (EUA) e rede de parceiros no continente europeu. Sua atuação é pautada por ética, comprometimento, transparência e busca por soluções eficientes. Também desenvolve intensa produção acadêmica, com artigos, livros e participação em eventos jurídicos. É reconhecido pela experiência em litígios de ressarcimento e questões envolvendo seguros e transportes.



Machado e Cremoneze Advogados Associados

Machado e Cremoneze Advogados Associados is a law firm with a tradition in the insurance market, operating since 1970. It specializes in Insurance Law, Maritime Law, Transportation Law and Civil Liability. The partnership was structured in its current form in 2001, continuing the work initiated by Rubens Walter Machado. The firm provides legal advice and legal representation to insurance companies, businesses, and other clients in litigation and advisory matters. It has offices in Santos and São Paulo, as well as an international presence through its branch office in Orlando (USA) and a network of partners throughout the European continent. Its practice is guided by ethics, commitment, transparency, and the pursuit of efficient solutions. The firm also develops extensive academic work through articles, books and participation in legal events. It is recognized for its experience in subrogation litigation and matters involving insurance and transportation.

CVG-SP debate massificação do seguro de vida em evento especial de aniversário

CVG SP debates Life Insurance permeation at a special anniversary event



Desde 1981, o CVG-SP tem sido decisivo na formação de profissionais no segmento de pessoas/benefícios. Ao longo da sua história, seus cursos, palestras, seminários, encontros de relacionamento e inúmeras outras atividades contribuíram de forma relevante e significativa para o desenvolvimento do mercado de seguros de Pessoas e Benefícios no Brasil.

Os 45 anos do Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP) foram marcados por um debate sobre a massificação do seguro de vida, no final de maio, no Renaissance Hotel em São Paulo. Mediado pelo presidente da Entidade Anderson Mundim, o talk show com executivos do mercado de seguro de vida, contou com as parti-

Since 1981, the São Paulo Life Club Group (CVG-SP) has played a decisive role in the education and professional development of specialists in the life and employee benefits segment. Throughout its history, its courses, lectures, seminars, networking events and numerous other initiatives have made a significant contribution to the growth and advancement of Brazil's Life and Benefits insurance market.

CVG-SP celebrated its 45th anniversary during a special debate on expanding life insurance penetration, held at the end of May at the Renaissance Hotel in São Paulo.

Moderated by CVG-SP's President Anderson Mundim, the talk show brought together leading executives from the life insurance market, including Bernardo Castello, Bradesco

cipações de Bernardo Castello, presidente da Bradesco Vida e Previdência, Boris Ber, presidente do Sincor-SP, Marcos Kobayashi, diretor Nacional Comercial Varejo e Vida da Tokio Marine Seguradora e Ricardo Iglesias Teixeira, presidente da Centauro Seguradora. Os especialistas em seguro de vida discutiram desde as oportunidades de negócios para os corretores até o uso de IA e os novos canais de distribuição.

Após a abertura do evento, realizada pelo diretor da pasta de Relações com o Mercado do CVG-SP, Lupércio Biscaro Neto, gerente Nacional Comercial Vida da Tokio Marine Seguradora, o presidente apresentou como primeira questão a pouca atuação dos corretores de massificados no seguro de vida. Na percepção de Kobayashi, o número de corretores que atua no ramo vida está aumentando. Ele citou o exemplo da Tokio Marine que, em 2014, contava com apenas mil corretores com produção no seguro de vida e hoje, já contabiliza 67% dos profissionais de sua base com vendas no ramo.

"Não importa o volume de produção, o que importa é a conscientização e o acultramento que proporcionam a oferta do seguro de vida", disse. Ele também se mostrou otimista em relação a abordagem do seguro de vida nas redes sociais, que, a seu ver, tem ajudado a desmistificar as coberturas do ramo. "Temos um mar de possibilidades para trabalhar o seguro de vida e oportunidades para todos", complementou.

Para Boris Ber, muitos corretores estão deixando passar a oportunidade de vender seguro de vida, que é um produto rentável para a categoria. As campanhas de vendas das seguradoras ajudam na sua opinião, mas as corretoras também precisam investir em treinamento de pessoal e se estruturarem, inclusive com a ajuda da inteligência artificial. "Vejo corretores que vendem seguro saúde, mas não entregam uma proposta de vida, isso não faz sentido. Nossos clientes precisam dessa proteção e esperam isso de nós, corretores", reforçou.

Na visão de Bernardo Castello, o mercado de seguro de vida evoluiu em produtos e processos nos últimos 20 anos, desde as mudanças regulatórias ocorridas em 2005. "Agora, estamos no momento da oferta e o corretor tem de se conscientizar da importância de oferecer, até porque novos concorrentes estão entrando no jogo da distribuição, vendendo o produto como proteção financeira", afirmou. Para ele, "é hora de os corretores abrirem os olhos para as oportunidades do seguro de vida, que oferece receita adicional e recorrente".

Para Ricardo Teixeira, o caminho para a massificação do seguro de vida é a divulgação. Mas, observa que o mercado tem falhado nessa tarefa. Ele lembrou a oportunidade perdida de divulgação, durante a pandemia, da iniciativa solidária da maioria das seguradoras de indenizar sinistros provocados pela Covid, um risco até então excluído das apólices. "Precisamos fazer um macro esforço de divulgação para educar a população", destacou. (MA)

Vida e Previdência President; Boris Ber, President of Sincor-SP; Marcos Kobayashi, National Commercial Director for Retail and Life at Tokio Marine Seguradora and Ricardo Iglesias Teixeira, Centauro Seguradora President.

The panel explored topics ranging from business opportunities for insurance brokers to the use Artificial Intelligence and new distribution channels.

Following the opening by Lupércio Biscaro Neto, Director of Market Relations at CVG-SP and National Life Sales Manager at Tokio Marine Seguradora, the President opened the discussion by addressing the relatively low permeation of mass-market brokers in life insurance sales. According to Kobayashi, however, the number of brokers working in life insurance has grown. He quoted Tokio Marine sample that in 2014, only thousand brokers in the Company's network sold life insurance products, whereas today 67% of its broker base actively sells life insurance.

"Measure production is not the most important factor. What truly matters is raising awareness and creating a culture in which offering life insurance becomes a natural part of every broker's business," he said. Kobayashi also expressed optimism about the growing presence of life insurance discussions on Social Media, which he believes has helped demystify the product and its coverages. "There is an ocean of opportunities for Life Insurance, with room for everyone," added.

Boris Ber believes many brokers are still missing valuable opportunities to sell life insurance, despite it being one of the industry's most profitable products.

While he acknowledged that insurers' sales campaigns are important, he stressed that brokerage firms must also invest in staff training, organizational structure and artificial intelligence tools. "I often see brokers selling Health Insurance without even presenting a life insurance proposal. That simply doesn't make sense. Our clients need this protection and they expect as insurance brokers, to provide it."

Bernardo Castello pointed out that Brazil's life insurance market has experienced remarkable progress in both products and processes over the past two decades, particularly following the regulatory reforms introduced in 2005.

"Now, we are in presentation moment and the broker needs to be aware of the importance to offer, especially since new competitors are entering the distribution game, selling the product as financial protection," he stated. According to him, "it's time for brokers to open their eyes to the opportunities in life insurance, which offers additional and recurring revenue."

Ricardo Teixeira argued that greater public awareness is the key to expanding life insurance coverage but believes the industry has not done enough in this regard. He cited the Pandemic as a missed opportunity to showcase the insurance sector's commitment, noting that many insurers voluntarily paid claims related to COVID-19 even though pandemics had traditionally been excluded from coverage. "We need a broad communication effort to educate the population", highlighted.

Tokio Marine reforça parceria com corretores

Tokio Marine strengthen brokers partnership



O Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) recebeu a diretoria da Tokio Marine Seguradora no seu tradicional almoço mensal, no Terraço Itália em São Paulo. O encontro ocorreu em um momento especial para a seguradora, que celebra 67 anos de atuação no país e recorde de crescimento. “Fico muito orgulhoso porque, realmente, o nosso compromisso é com a qualidade da entrega e a consequência é o crescimento”, disse o presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara, ao receber da diretoria do CCS-SP uma placa de reconhecimento. Além de Ferrara, também marcaram presença no evento o vice-presidente Comercial e Produtos Massificados, Marcelo Goldman, o diretor Comercial Nacional Varejo e Vida, Marcos Kobayashi, o diretor Executivo de Produtos Pessoa Jurídica, Felipe Smith, o diretor Comercial Regional de São Paulo Capital, Alexsandro Priuli, e outros membros do staff da companhia. O mentor do CCS-SP, Álvaro Fonseca (centro), que encerra em 2026 o seu quarto ano de mandato, reconheceu a importância da parceria. “A Tokio Marine sempre apoiou o Clube e tem sido uma parceira fundamental”, afirmou.

Crescimento

Marcos Kobayashi apresentou os resultados financeiros da Tokio Marine em 2025 e, especialmente para o encontro, os dados do primeiro semestre de 2026. Em crescimento contínuo nos últimos 15 anos, a seguradora

The São Paulo Insurance Broker's Club (CCS-SP) welcomed Tokio Marine Seguradora Executive leadership at its traditional monthly luncheon held at Terraço Itália in São Paulo. The meeting took place at a particularly significant moment for the insurer, which is celebrating 67 years operating in Brazil and a record period of growth.

“I am very proud because our commitment is truly to the quality of what we deliver and growth is the natural consequence,” said Tokio Marine President José Adalberto Ferrara as he received a commemorative plaque from the CCS-SP Board in recognition of the company's achievements.

In addition to Ferrara, the event was attended by Marcelo Goldman, Vice President of Sales and Mass Market Products; Marcos Kobayashi, National Retail and Life Sales Director; Felipe Smith, Executive Director of Corporate Products; Alexsandro Priuli, Regional Sales Director for the City of São Paulo and other members of the company's executive team.

CCS-SP Mentor Álvaro Fonseca (center), who will conclude his fourth year in office in 2026, acknowledged the importance of the partnership. “Tokio Marine has always supported the Club and has been an essential partner,” he stated.

Growth

Marcos Kobayashi presented Tokio Marine's 2025 financial results and, especially for the occasion, the company's figures for the first half of 2026.

Following 15 consecutive years of growth, the insurer closed 2025 with record revenue of R\$ 14.6 billion, representing

an 8.9% increase in gross written premiums. According to Ferrara, the company has already surpassed this mark in the first half of this year, exceeding R\$ 15 billion in revenue. “Thanks to the contribution of our insurance brokers, we increased our production by more than R\$ 500 million in just six months,” he emphasized.

According to Kobayashi, the Retail segment generated R\$ 10.4 billion in 2025, accounting for 71.5% of the company's total revenue. This year, Retail has already reached R\$ 10.9 billion and now represents 73.1% of total revenue, reflecting growth of 9.7%. For the executive, these figures reflect Tokio Marine's investments in the Retail business, particularly in mass-market insurance products, as well as the expansion of its broker network, which ended last year with 48,000 partner brokers and has already reached 49,000 in 2026.

In addition, he highlighted that the Corporate Products segment, with more than 50 products available, posted 6.5% growth during the first half of the year. Notable performances included Commercial Property insurance, which grew 14.5% year-to-date in the Retail segment through June 2026, along with outstanding opportunities in Cyber insurance, up 545%; Surety, up 43%; and Errors & Omissions (E&O) insurance, up 30%.

Compromisso

Ferrara, que celebrou com os associados do CCS-SP seus 13 anos na presidência da Tokio Marine, completados no mesmo dia, ressaltou o volume de recursos devolvidos à sociedade por meio de indenizações, que atingiram R\$ 7,9 bilhões, além do portfólio da empresa que já conta com cem produtos. Ele também destacou o incentivo da Tokio Marine ao uso de IA pelos corretores, por meio da plataforma Brokertech, que já treinou mais de 1,4 mil profissionais. “Os corretores podem criar seus agentes de IA para prospectar clientes e fazer cross-selling”, salientou.

Por fim, Ferrara comentou o investimento de US\$ 1,8 bilhão da Berkshire Hathaway, conglomerado de Warren Buffett, na Tokio Marine Holdings. “Isso faz com que a Tokio Marine possa dar saltos maiores. O plano é se tornar a quinta maior seguradora do mundo em dez anos”, disse. Ele reforçou o compromisso do grupo com o Brasil, que é uma de suas 47 subsidiárias no mundo e a segunda mais rentável. “Graças à parceria com os corretores e o compromisso com a qualidade de entrega, a Tokio Marine cresceu 7,5 vezes nesses 13 anos. Por isso, só tenho a agradecer”, finalizou. (Fonte: MA)

an 8.9% increase in gross written premiums. According to Ferrara, the company has already surpassed this mark in the first half of this year, exceeding R\$ 15 billion in revenue.

“Thanks to the contribution of our insurance brokers, we increased our production by more than R\$ 500 million in just six months,” he emphasized.

According to Kobayashi, the Retail segment generated R\$ 10.4 billion in 2025, accounting for 71.5% of the company's total revenue. This year, Retail has already reached R\$ 10.9 billion and now represents 73.1% of total revenue, reflecting growth of 9.7%.

For the executive, these figures reflect Tokio Marine's investments in the Retail business, particularly in mass-market insurance products, as well as the expansion of its broker network, which ended last year with 48,000 partner brokers and has already reached 49,000 in 2026.

In addition, he highlighted that the Corporate Products segment, with more than 50 products available, posted 6.5% growth during the first half of the year. Notable performances included Commercial Property insurance, which grew 14.5% year-to-date in the Retail segment through June 2026, along with outstanding opportunities in Cyber insurance, up 545%; Surety, up 43%; and Errors & Omissions (E&O) insurance, up 30%.

Commitment

Ferrara, who celebrated his 13th anniversary as President of Tokio Marine together the CCS-SP members on the very same day, highlighted the volume of funds returned to society through claims payments, which reached R\$ 7.9 billion. He also noted that the company's portfolio now includes 100 products.

He further emphasized Tokio Marine's commitment to encouraging insurance brokers to adopt artificial intelligence through its Brokertech platform, which has already trained more than 1,400 professionals.

“Brokers can create their own AI agents to prospect for clients and perform cross-selling,” highlighted.

Finally, Ferrara commented on Berkshire Hathaway's US\$1.8 billion investment in Tokio Marine Holdings.

“This enables Tokio Marine to take even bigger leaps forward. Our goal is to become the world's fifth-largest insurance company within the next ten years,” he said.

He reaffirmed the group's commitment to Brazil, which is one of its 47 subsidiaries worldwide and its second most profitable operation.

“Thanks to our partnership with insurance brokers and our commitment to quality delivery, Tokio Marine has grown 7.5 times over these 13 years. For that, I can only express my gratitude,” he concluded.

A inteligência por trás da decisão: humanos e algoritmos na Subscrição de Vida

The intelligence behind the decision: humans and algorithms in Life Insurance Underwriting

Por décadas a subscrição de seguros de vida dependia de uma combinação difícil de replicar: conhecimento médico profundo, experiência acumulada em milhares de casos e a capacidade de tomar decisões seguras sob incerteza. Foi para resolver esse desafio que nasceu o s.360, a plataforma de subscrição de vida desenvolvida pela Samplemed. O diferencial desta solução não está apenas na tecnologia, e sim, quem está por trás dela.

Em seus 35 anos de trajetória, a Samplemed acumulou um repertório técnico construído a partir de milhares de casos reais avaliados por médicos, enfermeiros, subscritores e analistas. Todo esse conhecimento foi estruturado em regras, parâmetros e modelos que formam a espinha dorsal da plataforma. A tecnologia operacionaliza de maneira padronizada e escalável, um julgamento que antes dependia exclusivamente de pessoas.

Guilherme Apóstolo é Coordenador de Subscrição na Samplemed e está profundamente envolvido em todos os processos de gerenciamento da plataforma. Em entrevista, ele conta como a plataforma consegue balancear a tecnologia com a percepção humana.

"O s.360 traduz a expertise humana em tecnologia aplicada", explica Guilherme. "As diretrizes utilizadas pela plataforma são definidas e continuamente atualizadas por especialistas que transformam o conhecimento médico e atuarial em critérios objetivos de análise."

Uma taxonomia viva

Um dos pilares técnicos do s.360 é sua taxonomia médica, um sistema de categorização de riscos em diferentes níveis de severidade e revisado por uma equipe multidisciplinar que reúne bibliotecárias, analistas de dados, subscritores com formação em direito e enfermagem, e uma médica especialista em análise de risco



Guilherme Apóstolo

For decades, life insurance underwriting relied on a combination that was difficult to replicate: deep medical expertise, experience gained from evaluating thousands of cases, and the ability to make sound decisions under uncertainty. To address this challenge, Samplemed developed s.360, its life insurance underwriting platform. What sets this solution apart is not only the technology itself, but also the expertise behind it.

Over its 35-year history, Samplemed has built extensive technical knowledge through the assessment of thousands of real-life cases by physicians, nurses, underwriters and analysts. This expertise has been translated into structured rules, parameters, and

models that form the backbone of the platform. The technology standardizes and scales a decision-making process that once relied exclusively on human judgment.

Guilherme Apóstolo, Underwriting Coordinator at Samplemed, is deeply involved in every aspect of the platform's management. In an interview, he explains how the platform successfully balances advanced technology with human insight.

"s.360 translates human expertise into applied technology," explains Guilherme. "The guidelines used by the platform are defined and continuously updated by specialists who transform medical and actuarial knowledge into objective underwriting criteria."

An alive taxonomy

One of s.360's core technical pillars is your medical taxonomy, a risk classification system that categorizes medical conditions into different levels of severity. It is continuously reviewed by a multidisciplinary team composed of librarians, data analysts, underwriters with backgrounds in law and nursing and a physician specializing in insurance risk assessment.

para seguros.

"Esse é um processo vivo. Os critérios são constantemente revisados, ajustados e evoluídos conforme novos cenários, estudos e comportamentos de risco surgem", destaca o coordenador.

Ainda que 80% a 90% dos casos sejam resolvidos de forma automatizada, o s.360 foi desenhado para sempre que um caso fugir dos padrões estruturados previstos na taxonomia, o fluxo automatizado é interrompido e a análise é redirecionada ao time de subscrição médica.

"Isso acontece quando há informações incompletas, inconsistentes ou cenários clínicos mais complexos que exigem avaliação individual", ele explica. "O subscritor faz uma análise aprofundada, podendo inclusive solicitar exames ou informações adicionais."

Essa fronteira entre automação e julgamento humano não é uma limitação. A eficiência existe onde faz sentido, e o especialista entra onde é insubstituível.

Outro desafio que o s.360 resolve é a customização sem fragmentação. Cada seguradora tem seus próprios critérios de aceitação, coberturas e estratégias de risco. A plataforma permite que cada cliente configure regras e fluxos específicos sem alterar a lógica central de decisão.

"A flexibilidade existe na camada de negócio, mas a base técnica permanece consistente. Garantimos decisões coerentes, comparáveis e sustentadas por dados estruturados, sem impactar a operação do cliente."

O subscritor do futuro

Com a incorporação de recursos como VIDA — assistente de inteligência artificial integrada à plataforma — e modelos preditivos cada vez mais sofisticados, o papel do especialista humano está se transformando.

"O subscritor cada vez mais irá analisar os riscos mais complexos", projeta Apóstolo. "O profissional que conseguir unir tecnologia e atendimento humano terá mais chances de se destacar em um mercado cada vez mais digital e competitivo."

No s.360, essa equação já está em funcionamento. A máquina sabe por que o médico ensinou e o médico está livre para decidir onde realmente importa.

A subscrição de seguros de vida sempre foi, em essência, um ato de confiança nos dados, critérios, e nas pessoas que tomam a decisão. O que o s.360 faz é ampliar essa confiança, tornando-a auditável sem abrir mão do julgamento humano onde ele mais importa. Para seguradoras que buscam modernizar suas operações sem comprometer a qualidade das decisões de risco, o caminho começa com uma conversa.

Descubra como a subscrição inteligente pode transformar sua operação, o s.360 está disponível para demonstrações com o time comercial da Samplemed.

"This is a living process. The criteria are constantly reviewed, refined and enhanced as new scenarios, research and risk behaviors emerge," the coordinator emphasizes.

Although 80% to 90% of cases are processed automatically, s.360 was designed so that whenever a case falls outside the structured patterns defined by the taxonomy, the automated workflow is interrupted and the assessment is routed to the medical underwriting team.

"This happens when information is incomplete or inconsistent, or when clinical scenarios are more complex and require an individual assessment," he explains. "The underwriter conducts an in-depth review and may request additional medical exams or supporting information."

This boundary between automation and human judgment is not a limitation. Efficiency is applied where it makes sense, while specialists step in where their expertise is irreplaceable.

Another challenge addressed by s.360 is enabling customization without fragmentation. Every insurance company has its own underwriting criteria, coverage policies and risk strategies. The platform allows each client to configure specific rules and workflows without changing the core decision-making logic.

"Flexibility exists at the business layer, while the technical foundation remains consistent. This ensures coherent, comparable and data-driven decisions without disrupting the client's operations."

The future underwriter

Features such as VIDA inclusion —an artificial intelligence assistant embedded within the platform—and increasingly sophisticated predictive models, the role of the human underwriting specialist is evolving.

"Underwriters will increasingly focus on assessing the most complex risks," Apóstolo predicts. "Professionals who can combine technology with a human-centered approach will be better positioned to stand out in an increasingly digital and competitive market."

At s.360, this balance is already a reality. The system understands because experts have taught it, while medical professionals remain free to make the decisions that truly matter.

Life Insurance underwriting has always been, at its core, an act of trust in data, in established criteria and in the people responsible for making underwriting decisions. What s.360 does is strengthen that trust by making the process transparent and auditable, without sacrificing human judgment where it matters most.

For insurers seeking to modernize their underwriting operations without compromising the quality of risk decisions, the journey begins with a conversation.

Discover how intelligent underwriting can transform your operations, s.360 is available by the Samplemed commercial team presentation.

Resseguro acontece no Rio de Janeiro, abordando temas emergentes

Reinsurance takes place in Rio de Janeiro, addressing emerging issues

* Por/by Márcia Kovacs



O 9º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro reuniu este ano, mais de 4.300 participantes. Organizado pela CNseg em parceria com a Fenaber, aconteceu no Hotel Windsor, Barra da Tijuca, nos dias 19 e 20 de maio. Contou com a presença de executivos, reguladores, especialistas e representantes do mercado nacional e internacional para dialogar sobre os principais desafios e oportunidades do setor diante de um cenário marcado por tantas mudanças, entre elas, climáticas, riscos cibernéticos, transformação regulatória, reforma tributária e instabilidade geopolítica global. O acontecimento é um dos principais fóruns estratégicos da indústria seguradora e resseguradora do país.

A abertura do evento foi liderada por Dyogo Oliveira (esquerda), presidente da CNseg, Rafaela Barreda, presidente da Fenaber e pelo superintendente da Susep, Alessandro Octaviani, que foram unânimes em seus discursos, pois destacaram a necessidade de integração entre seguradoras, resseguradoras, governo e grandes empresas para enfrentar riscos cada vez mais complexos e desafiadores.

Dyogo Oliveira destacou que o ambiente econômico e climático exige uma atuação mais estratégica do setor e para ele, a parceria entre seguradoras e resseguradoras será decisiva para ampliar a capacidade de absorção de perdas e garantir estabilidade financeira diante da crescente frequência de eventos extremos.

“O setor segurador e ressegurador tem um papel fundamental na construção da resiliência econômica e social do país”, destacou Dyogo. Ele também alertou a necessidade de acelerar investimentos em prevenção, inteligência de dados e modelagem de riscos climáticos, além de reforçar o diálogo regulatório para modernizar o ambiente de negócios brasileiro.

Rafaela Barreda ressaltou que o mercado vive “uma nova fase”, impulsionada por mudanças regulatórias e pela importância de ampliar a proteção securitária no país e destacou que o resseguro exerce papel essencial para garantir estabilidade econômica e viabilizar investimentos em infraestrutura, energia, agronegócio e inovação.

“O resseguro é a engrenagem silenciosa da resiliência”, afirmou Rafaela, ao destacar que eventos climáticos extremos, ataques cibernéticos e tensões geopolíticas passaram a exigir novas soluções de proteção e gestão de riscos. A executiva também defendeu maior aproximação entre o mercado brasileiro e os grandes centros globais de resseguros, além da ampliação da diversidade e da inovação no setor.

Alessandro Octaviani, chamou atenção para os impactos das mudanças climáticas e afirmou que o Brasil precisará desenvolver estratégias mais amplas e profundas de com-

The 9th Rio de Janeiro Reinsurance Meeting brought together more than 4,300 participants this year. Organized by CNseg in partnership with Fenaber, it took place at the Windsor Hotel, Barra da Tijuca, on May 19 and 20. It brought together executives, regulators, specialists, and representatives from the national and international markets to discuss the main challenges and opportunities facing the sector in a scenario marked by so many changes, including climate change, cyber risks, regulatory transformation, tax reform, and global geopolitical instability. The event is one of the insurance and reinsurance industry's main strategic forums in the country.

The opening of the event was led by Dyogo Oliveira (left), CNseg's President, Rafaela Barreda, president of Fenaber and the superintendent of Susep, Alessandro Octaviani, who were unanimous in their speeches, as they highlighted the need for integration between insurers, reinsurers, government, and large companies to face increasingly complex and challenging risks.

Dyogo Oliveira pointed out that the economic and climate environment requires a more strategic approach from the sector and, according to him, the partnership between insurers and reinsurers will be decisive in expanding the capacity to absorb losses and ensuring financial stability in the face of the growing frequency of extreme events.

“The insurance and reinsurance sector plays a fundamental role in building the country's economic and social resilience,” Dyogo emphasized. He also warned of the need to accelerate investments in prevention, data intelligence, and climate risk modeling, as well as to strengthen the regulatory dialogue to modernize Brazil's business environment.

Rafaela Barreda stressed that the market is experiencing “a new phase,” driven by regulatory changes and by the importance of expanding insurance protection in the country and highlighted that reinsurance plays an essential role in ensuring economic stability and enabling investments in infrastructure, energy, agribusiness and innovation.

“Reinsurance is the silent gear of resilience,” she stated, emphasizing that extreme climate events, cyberattacks and geopolitical tensions now require new protection and risk management solutions. The executive also advocated closer ties between the Brazilian market and the major global reinsurance centers, as well as greater diversity and innovation within the sector.

Alessandro Octaviani drew attention to the impacts of

partilhamento de riscos, envolvendo mercado privado e poder público. E também afirmou que a Susep trabalha em iniciativas voltadas à resiliência climática, infraestrutura e fortalecimento do mercado de seguros e resseguros. Otaviani, ressaltou que o atual volume do mercado brasileiro é pequeno diante do seu potencial e que o avanço regulatório será fundamental para ampliar a confiança e expandir a capacidade de proteção securitária no país.

A reforma tributária também ocupou espaço importante nas discussões. Executivos e tributaristas demonstraram preocupação com possíveis impactos da CBS e do IBS sobre produtos securitários e operações de resseguro. O setor avalia que mudanças na tributação podem afetar custos operacionais, precificação de produtos e competitividade das companhias.

Durante os debates, representantes do mercado defenderam diálogo constante com o governo federal para evitar aumento da carga tributária sobre seguros, principalmente em um momento em que o país precisa ampliar a proteção da população e incentivar investimentos em infraestrutura e inovação.

Outro tema que despertou forte atenção foi a escalada dos conflitos geopolíticos no Oriente Médio e seus reflexos sobre o mercado global de seguros e resseguros. Especialistas alertaram que guerras, ataques a rotas comerciais e instabilidade internacional podem pressionar custos de resseguro, elevar volatilidade financeira e impactar cadeias logísticas globais.

Os executivos presentes destacaram que tensões envolvendo Irã, Israel e regiões estratégicas para o comércio marítimo internacional aumentam o risco de interrupções no transporte de cargas, energia e commodities. Como consequência, segmentos como seguro marítimo, aeronáutico, energético e patrimonial podem sofrer aumento de custos e restrições de capacidade.

No painel “Ambiente de negócios e perspectivas para o mercado de resseguros no Brasil”, representantes da Munich Re, Lloyd’s e Austral Re analisaram justamente como inflação global, juros elevados e instabilidade geopolítica vêm influenciando decisões de investimento e apetite ao

climate change and stated that Brazil will need to develop broader and deeper risk-sharing strategies involving both the private market and the public sector. He also stated that Susep is working on initiatives focused on climate resilience, infrastructure and strengthening the insurance and reinsurance market. Octaviani emphasized that the current size of the Brazilian market is small compared to its potential and that regulatory progress will be essential to increase confidence and expand the country’s insurance protection capacity.

Tax reform also occupied an important place in the discussions. Executives and tax experts expressed concern over the possible impacts of CBS and IBS on insurance products and reinsurance operations. The sector believes that changes in taxation may affect operating costs, product pricing and the competitiveness of companies.

During the debates, market representatives advocated constant dialogue with the Federal Government to avoid an increase in the tax burden on insurance, especially at a time when the country needs to expand protection for the population and encourage investments in infrastructure and innovation.

Another topic that attracted considerable attention was the escalation of geopolitical conflicts in the Middle East and their effects on the global insurance and reinsurance market. Specialists warned that wars, attacks on trade routes and international instability may put pressure on reinsurance costs, increase financial volatility and impact global supply chains.

The executives present highlighted that tensions involving Iran, Israel, and regions that are strategic for international maritime trade increase the risk of disruptions to the transportation of cargo, energy and commodities. As a result, segments such as marine, aviation, energy and property insurance may experience higher costs and capacity restrictions.

In the panel “Business environment and prospects for the reinsurance market in Brazil,” representatives from Munich Re, Lloyd’s and Austral Re analyzed precisely how global inflation, high interest rates and geopolitical instability have been influencing investment decisions

risco das resseguradoras internacionais.

Apesar do cenário desafiador, os executivos avaliaram que o Brasil permanece atrativo para investimentos em seguros e resseguros, especialmente em segmentos ligados à infraestrutura, energia renovável, agronegócio e riscos patrimoniais complexos. Também defenderam avanços regulatórios para aumentar a competitividade do país frente a outros mercados internacionais.

Outro destaque da programação foi a plenária dedicada às mudanças climáticas e ao papel do resseguro. O debate reuniu especialistas da CNseg, Susep, Cemaden, IRB(Re), Itaú Unibanco e representantes do Governo Federal. Os participantes alertaram que os eventos climáticos severos passaram a representar um dos maiores desafios para o setor segurador em escala global.

O climatologista José Marengo jogou luz e destaque para o aumento da intensidade de secas, enchentes e ondas de calor, enquanto executivos do mercado defenderam a criação de mecanismos de compartilhamento de riscos capazes de ampliar a proteção da população e das empresas. A discussão também abordou sustentabilidade, taxonomia verde, seguros paramétricos e financiamento climático.

Os debates evidenciaram ainda preocupação crescente com os riscos cibernéticos. Especialistas destacaram que ataques digitais têm se tornado mais sofisticados e frequentes, exigindo novas soluções de cobertura e maior integração entre tecnologia, prevenção e análise de dados. A inteligência artificial e o uso de analytics também apareceram como temas recorrentes, especialmente no desenvolvimento de produtos mais personalizados e na precificação de riscos complexos.

Outro painel relevante abordou o futuro da gestão de riscos em um mundo em transição. Executivos da Swiss Re, Aon, Vale e Braskem discutiram como grandes corporações vêm reformulando suas estratégias de proteção diante das transformações ambientais, tecnológicas e econômicas. O consenso entre os participantes foi que a gestão de riscos deixou de ser apenas operacional e passou a ocupar posição central nas decisões estratégicas das empresas.

Ao final do evento, prevaleceu a percepção de que o setor entra em um novo ciclo de transformação. Mais do que discutir proteção financeira, o encontro reforçou a visão de que seguros e resseguros terão papel estratégico na estabilidade econômica, na adaptação climática e no financiamento do desenvolvimento sustentável. As lideranças encerraram a programação defendendo maior integração entre mercado, reguladores e sociedade para preparar o país para riscos cada vez mais complexos, imprevisíveis e globais.

and the risk appetite of international reinsurers.

Despite the challenging scenario, the executives assessed that Brazil remains attractive for investments in insurance and reinsurance, especially in segments related to infrastructure, renewable energy, agribusiness and complex property risks. They also advocated regulatory advances to increase the country’s competitiveness compared to other international markets.

Another highlight of the program was the plenary session dedicated to climate change and the role of reinsurance. The debate brought together specialists from CNseg, Susep, Cemaden, IRB(Re), Itaú Unibanco and representatives of the Federal Government. The participants warned that severe climate events have become one of the greatest challenges for the insurance sector on a global scale.

Climatologist José Marengo shed light on the increasing intensity of droughts, floods and heat waves, while market executives advocated the creation of risk-sharing mechanisms capable of expanding protection for the population and companies. The discussion also addressed sustainability, green taxonomy, parametric insurance and climate financing.

The debates also highlighted growing concern over cyber risks. Specialists pointed out that cyberattacks have become increasingly sophisticated and frequent, requiring new coverage solutions and greater integration between technology, prevention, and data analysis. Artificial intelligence and the use of analytics also emerged as recurring themes, especially in the development of more personalized products and the pricing of complex risks.

Another important panel addressed the future of risk management in a world in transition. Executives from Swiss Re, Aon, Vale and Braskem discussed how large corporations have been reshaping their protection strategies in response to environmental, technological and economic transformations. The consensus among the participants was that risk management is no longer merely operational and has taken on a central role in companies’ strategic decision-making.

At the end of the event, the prevailing perception was that the sector is entering a new cycle of transformation. More than discussing financial protection, the meeting reinforced the view that insurance and reinsurance will play a strategic role in economic stability, climate adaptation and financing sustainable development. The leaders concluded the program by advocating greater integration between the market, regulators and society to prepare the country for increasingly complex, unpredictable and global risks.

Apesar do cenário desafiador, os executivos avaliaram que o Brasil permanece atrativo para investimentos em seguros e resseguros

Despite the challenging scenario, the executives assessed that Brazil remains attractive for investments in insurance and reinsurance

Insurtech Brasil 2026 destaca o papel da tecnologia na expansão do seguro

Insurtech Brasil 2026 highlights the role of technology to expanding insurance

Por/by Márcia Kovacs



Com mais de 1,5 mil participantes reunidos no Expo Center Norte, em São Paulo, o Insurtech Brasil 2026 consolidou sua posição como principal encontro de tecnologia, inovação em seguros e canais de distribuição do país. Realizado em 28 de maio, o evento chegou à sua 9ª edição reunindo seguradoras, insurtechs, plataformas digitais, fintechs, investidores e lideranças do setor para debater os rumos da transformação do mercado segurador.

A abertura contou com a participação do superintendente da Susep, Alessandro Octaviani, na palestra "Overview Regulatório 2026: Perspectivas para o Mercado de Seguros". O executivo defendeu que inovação e tecnologia são fundamentais para ampliar o acesso ao seguro e fortalecer a proteção da sociedade diante de riscos cada vez mais complexos, especialmente os relacionados às mudanças climáticas.

Ao citar as enchentes ocorridas no Rio Grande do Sul, Octaviani destacou que o mercado segurador pagou cerca de R\$ 6 bilhões em indenizações frente a perdas estimadas

With more than 1,500 participants gathered at Expo Center Norte in São Paulo, Insurtech Brasil 2026 reinforced its position as the country's leading event dedicated to technology, insurance innovation, and distribution channels. Held on May 28, the event reached its 9th edition, bringing together insurers, insurtechs, digital platforms, fintechs, investors, and industry leaders to discuss the future transformation of the insurance market.

The opening session featured Alessandro Octaviani, Superintendent of Susep, who presented the keynote "Regulatory Overview 2026: Perspectives for the Insurance Market." He emphasized that innovation and technology are essential to expanding access to insurance and strengthening society's protection against increasingly complex risks, particularly those associated with climate change.

Referring to the floods that struck Rio Grande do Sul, Octaviani noted that the insurance industry paid approximately R\$ 6 billion in claims against estimated losses ranging from R\$ 90 billion to R\$ 100 billion. "The insurance market was

entre R\$ 90 bilhões e R\$ 100 bilhões. "O mercado de seguros foi rápido, ágil, eficiente, cumpriu tudo o que tinha que cumprir, mas socialmente ainda foi insuficiente para a escala daquilo que aconteceu", afirmou.

A programação também trouxe uma visão internacional sobre inteligência artificial aplicada ao setor. Juan Mazzini, CEO global da Celent e cofundador do AI Forum, destacou que a adoção da IA deve estar vinculada a resultados concretos de negócio. "Inovação só ganha escala quando está ligada a resultados mensuráveis. Não se trata de usar tecnologia porque ela é interessante, mas de entender como ela melhora o negócio, reduz tempo, aumenta eficiência e melhora a experiência do cliente", disse.

No painel "Tendências e Inovações na Voz das Lideranças do Mercado", José Prado, CEO do Insurtech Brasil, mediou o debate com Alfredo Lalia, CEO da Sompó, Marcos Couto, CEO da Alper Seguros e Juan Mazzini. Entre os consensos, destacou-se a percepção de que a inteligência artificial ainda é utilizada principalmente para ganhos de eficiência operacional, enquanto transformações mais profundas em produtos, distribuição e experiência do cliente avançam gradualmente.

Marcos Couto enfatizou a necessidade de simplificar processos antes da implementação tecnológica. "Não adianta implantar tecnologia em um fluxo ruim. Primeiro você revisa o fluxo, simplifica, e aí implanta tecnologia", afirmou. Já Alfredo Lalia compartilhou experiências da Sompó na automação da subscrição e na redução do tempo operacional, reforçando que a tecnologia deve caminhar junto à melhoria da experiência do cliente.

Ao longo do dia, os painéis aprofundaram discussões sobre Inteligência Artificial, distribuição digital, embedded insurance, MGAs, sinistros, meios de pagamento, dados e experiência do cliente. Executivos de empresas como Porto, Tokio Marine, MetLife, Prudential, Zurich, Swiss Re, SulAmérica e Bradesco Seguros debateram temas como automação, hiperpersonalização, prevenção a fraudes, modernização tecnológica e novas formas de distribuição.

Além do conteúdo técnico, o evento contou com uma feira de exposições reunindo empresas de tecnologia e provedores de soluções para o mercado, fortalecendo oportunidades de networking e geração de negócios.

Para José Prado, CEO do Insurtech Brasil, a edição deste ano evidenciou a evolução do setor na adoção prática da inovação. "O Insurtech Brasil tem justamente o objetivo de conectar quem regula, quem desenvolve tecnologia, quem distribui e quem opera o mercado. O que vimos nesta edição foi um debate cada vez mais maduro, focado não apenas em tendências, mas na implementação prática da inovação", afirmou.

A edição de 2026 reforçou o papel do Insurtech Brasil como principal ponto de encontro entre tecnologia, seguros e distribuição, refletindo um mercado cada vez mais orientado pela inovação, colaboração e expansão da proteção securitária no país. (Fonte: RC)

fast, agile and efficient, fulfilling everything it was expected to do. However, from a societal perspective, it was still insufficient given the magnitude of what occurred," he said.

The agenda also offered an international perspective on the use of artificial intelligence in the insurance sector. Juan Mazzini, Global CEO of Celent and co-founder of the AI Forum, emphasized that AI adoption must be tied to concrete business outcomes. "Innovation only scales when it is linked to measurable results. It's not about using technology simply because it is interesting, but about understanding how it improves the business, reduces time, increases efficiency, and enhances the customer experience," he stated.

During the panel discussion, "Trends and Innovations Through the Voice of Market Leaders," José Prado, CEO of Insurtech Brasil, moderated a debate with Alfredo Lalia, CEO of Sompó; Marcos Couto, CEO of Alper Seguros; and Juan Mazzini. One of the key conclusions was that artificial intelligence is still primarily being used to drive operational efficiency, while more profound transformations in products, distribution, and customer experience continue to advance gradually.

Marcos Couto stressed the importance of simplifying processes before implementing new technologies. "There is no point in deploying technology on top of a poor process. First, you review and simplify the process and only then do you implement technology," he said. Alfredo Lalia shared Sompó's experience in underwriting automation and operational efficiency improvements, reinforcing that technological advancement must go hand in hand with enhancing the customer experience.

Throughout the day, panel discussions delved into topics such as Artificial Intelligence, digital distribution, embedded insurance, MGAs, claims management, payment methods, data, and customer experience. Executives from companies including Porto, Tokio Marine, MetLife, Prudential, Zurich, Swiss Re, SulAmérica, and Bradesco Seguros discussed issues such as automation, hyper-personalization, fraud prevention, technological modernization, and new distribution models.

In addition to the technical content, the event featured an exhibition area bringing together technology companies and solution providers for the insurance market, fostering networking opportunities and business development.

According to José Prado, Insurtech Brasil CEO, this year's edition demonstrated the industry's progress in the practical adoption of innovation. "Insurtech Brasil aims to connect regulators, technology developers, distributors, and market operators. What we witnessed this year was an increasingly mature discussion focused not only on trends but also on the practical implementation of innovation," he said.

The 2026 edition reinforced Insurtech Brasil's role as the leading meeting point for technology, insurance, and distribution, reflecting an industry increasingly driven by innovation, collaboration and the expansion of insurance protection across the country.

Entidade homenageia SulAmérica pelos 130 anos e destaca parceria estratégica

Entity honors SulAmérica on its 130th Anniversary and highlights strategic partnership



A Aconseg-SP homenageou a SulAmérica pelos 130 anos de atuação no mercado brasileiro durante o tradicional almoço mensal realizado com seguradoras parceiras no Terraço Itália, em São Paulo. A placa comemorativa foi entregue pelo presidente da entidade, Ricardo Montenegro (centro), à CEO de Saúde e Odonto da SulAmérica, Raquel Reis e ao CEO de Investimentos, Vida e Previdência, Marcelo Mello.

Ao destacar a trajetória da seguradora, Montenegro ressaltou a contribuição da companhia para o desenvolvimento do setor e para o fortalecimento do modelo de assessorias em seguros. Segundo ele, atualmente 47% das assessorias associadas à Aconseg-SP mantêm relacionamento comercial com a SulAmérica.

Durante o encontro, executivos da seguradora reforçaram a importância do canal assessorias para o crescimento sustentável dos negócios, especialmente na área de saúde. Raquel Reis destacou que a venda qualificada realizada pelos corretores contribui para uma carteira mais saudável, com índices de sinistralidade em torno de 60%. “A venda começa com a correta identificação do perfil de risco e a orientação adequada ao cliente. Nesse processo, as assessorias desempenham papel fundamental”, afirmou.

A SulAmérica encerrou 2025 com 6 milhões de beneficiários em saúde e odontologia e sinistralidade de 79,5%. Em 2026, o canal assessorias representa 17% da produção da companhia.

Nos segmentos de vida e viagem, a seguradora também apresentou resultados expressivos. De acordo com Marcelo Pantoja, diretor-executivo da companhia, o volume de prêmios acumulados cresceu 33% e 34% nos últimos dois anos, acima da média do mercado, permitindo à SulAmérica avançar da 11ª para a 7ª posição no ranking do segmento.

A empresa anunciou ainda novos incentivos comerciais para corretores, reforçando a estratégia de ampliar a proximidade com as assessorias e estimular negócios integrados entre as carteiras de saúde, odontologia e vida. (Fonte: Assessoria AconsegSP)

Aconseg-SP honored SulAmérica for its 130 years of operations in the Brazilian market during the Association's traditional monthly luncheon with partner insurance companies, held at Terraço Itália in São Paulo. A commemorative tablet was presented by the Entity's President, Ricardo Montenegro (center) for Raquel Reis, Health and Dental CEO at SulAmérica and Marcelo Mello, CEO of Investments, Life Insurance and Pension Plans.

Highlighting the insurer's history, Montenegro emphasized the Company's contribution to the development of the insurance segment and to strengthening the insurance advisory firms model.

According to him, 47% of the advisory firms Aconseg-SP affiliated currently maintain a business relationship with SulAmérica.

During the event, the insurer's executives reinforced the importance of the advisory channel for the sustainable growth of the business, particularly in the health segment. Raquel Reis noted that the qualified sales conducted by brokers contribute to a healthier portfolio, with claims ratios around 60%.

“Sales begin with the proper identification of the risk profile and the correct guidance provided to the client. In this process, advisory firms play a fundamental role,” she said.

SulAmérica closed 2025 with 6 million beneficiaries in its Health and Dental portfolios and a claims ratio of 79.5%. In 2026, the advisory channel accounts for 17% of the Company's production.

In the life insurance and travel segments, the insurer also posted strong results. According to Marcelo Pantoja, Executive Director of SulAmérica, accumulated premium volume grew by 33% and 34% over the last two years, outperforming the market average and allowing the company to move from 11th to 7th place in the segment ranking.

The Company also announced new commercial incentives for brokers, reinforcing its strategy of strengthening relationships with advisory firms and encouraging integrated business across its health, dental and life insurance portfolios.

Allianz destaca impacto da tecnologia na mobilidade

Allianz highlights the impact of technology on mobility



Por/by Márcia Kovacs

A Allianz Seguros e a Allianz Partners participaram como patrocinadoras host do ANFAVEA Visions, realizado nos dias 9 e 10 de junho, em São Paulo. O evento reuniu representantes da indústria automotiva para discutir as transformações que devem moldar o futuro da mobilidade.

Durante a abertura, o presidente da Allianz Brasil, Eduard Folch, destacou a importância da integração entre os diferentes agentes do setor para acelerar a inovação. Ao lado de Daniel Pita, presidente da Allianz Partners, ele participou do painel sobre conectividade, dados, cibersegurança e veículos inteligentes.

Folch afirmou que a evolução tecnológica dos automóveis vem reduzindo significativamente os riscos no trânsito. Segundo ele, após os avanços em segurança passiva e nos sistemas de assistência ao motorista (ADAS), os veículos passaram a incorporar recursos capazes de intervir diretamente para evitar acidentes, como frenagem automática, correção de trajetória e monitoramento do estado do condutor.

Com base em estudos do centro tecnológico da Allianz, na Alemanha, a companhia projeta redução de 20% nos acidentes de trânsito na Europa até 2035 e superior a 50% a partir de 2060, com a expansão de veículos equipados com tecnologias avançadas de segurança.

Daniel Pita destacou que a assistência também passa por uma transformação, impulsionada pela conectividade e pela capacidade dos veículos de antecipar falhas. Segundo ele, a tendência é que o setor deixe de atuar de forma reativa para assumir um papel mais estratégico na gestão da jornada do cliente.

Folch acrescentou que a eletrificação e a condução autônoma devem liderar as mudanças na indústria automotiva nos próximos anos, com impactos sobre mobilidade, regulamentação e responsabilidade. Já Pita ressaltou que, apesar dos avanços tecnológicos, o atendimento humano continuará sendo essencial, especialmente em situações de emergência, ao transmitir confiança, segurança e tranquilidade aos clientes.

Allianz Seguros and Allianz Partners participated as host sponsors at ANFAVEA Visions, held on June 9 and 10 in São Paulo. The event brought together representatives of the automotive industry to discuss the expected changes to shape the future of mobility.

During the opening ceremony, Eduard Folch, Allianz Brasil's President, emphasized the importance of collaboration among the different players in the sector to speed up innovation. Alongside Daniel Pita, President of Allianz Partners, he took part in a panel on connectivity, data, cybersecurity and intelligent vehicles.

Folch said that technological advances in automobiles have been significantly reducing traffic risks. According to him, following developments in passive safety and advanced driver assistance systems (ADAS), vehicles have begun incorporating features capable of intervening directly to prevent accidents, such as automatic emergency braking, lane-keeping assistance and driver monitoring systems.

Based on studies conducted by Allianz's technology center in Germany, the company projects a 20% reduction in road traffic accidents in Europe by 2035 and a decline of more than 50% from 2060 onward, as vehicles equipped with advanced safety technologies become more widespread.

Daniel Pita noted that the assistance sector is also undergoing a transformation, driven by connectivity and vehicles' ability to predict mechanical failures. According to him, the trend is for the industry to move from a reactive approach to a more strategic role in managing the customer journey.

Folch added that electrification and autonomous driving are expected to lead the automotive industry's transformation in the coming years, with implications for mobility, regulation and liability. Pita concluded by stressing that, despite technological advances, human interaction will remain essential, especially in emergency situations, by providing customers with confidence, security and peace of mind.

UCS destaca oportunidades no mercado de consórcios durante 4º Trocando Ideias

UCS highlights opportunities in the consortium market during the 4th Trocando Ideias event



A União dos Corretores de Seguros (UCS) realizou o 4º encontro 'Trocando Ideias' de 2026, reunindo corretores e lideranças do mercado no Charles Pizza Grill, em São Paulo. O convidado especial foi Carlos Eduardo Gondim, diretor de Soluções de Acúmulo da Porto Bank, que apresentou o cenário do mercado de consórcios e o recém-lançado 'Consórcio com Data Certa', voltado a oferecer mais previsibilidade e planejamento financeiro para a aquisição de veículos.

O evento contou ainda com a presença de Emerson Valentim, diretor Executivo Comercial Brasil da Porto, Rodrigo Vasconcellos, diretor Comercial Capital Metropolitana, e gerentes comerciais da companhia, reforçando a parceria com a UCS.

Na abertura, o presidente da entidade, Augusto Esteves, destacou que o objetivo do 'Trocando Ideias' é aproximar os corretores das lideranças do setor e apresentar soluções que ampliem oportunidades de negócios.

"O consórcio é um segmento em expansão e representa uma excelente alternativa para diversificar receitas e fortalecer o relacionamento com os clientes", afirmou.

Durante a palestra, Gondim informou que o mercado de consórcios administra cerca de R\$ 1,4 trilhão em créditos, reúne aproximadamente 13 milhões de participantes e cresce em torno de 20% ao ano. Segundo ele, apesar dos números expressivos, a baixa participação da população economicamente ativa no sistema demonstra o grande potencial de expansão do segmento.

O encontro também marcou a recepção dos novos associados da UCS Felipe Moreira Paes Barreto, Francisco Ferreira e Ricardo de Oliveira Tarantello, reforçando o crescimento da entidade e seu compromisso com o fortalecimento da categoria. (Fonte: Ruco Assessoria)

The Union of Insurance Brokers (UCS) held the 4th edition of its 'Trocando Ideias' meeting in 2026, bringing together insurance brokers and market leaders at Charles Pizza Grill in São Paulo. The special guest was Carlos Eduardo Gondim, Director of Accumulation Solutions at Porto Bank, who presented an overview of the consortium market and introduced the recently launched 'Consórcio com Data Certa' designed to provide greater predictability and financial planning for vehicle purchases.

The event also featured the participation of Emerson Valentim, Executive Commercial Director for Brazil at Porto, Rodrigo Vasconcellos, Commercial Director for the Metropolitan Capital Region, and the company's commercial managers, reinforcing the partnership between Porto and UCS.

Opening the event, UCS President Augusto Esteves emphasized that the purpose of 'Trocando Ideias' is to bring insurance brokers closer to industry leaders and present solutions that expand business opportunities.

"The consortium market is a growing segment and represents an excellent alternative for diversifying revenue and strengthening relationships with clients," he said.

During his presentation, Gondim reported that Brazil's consortium market currently manages approximately R\$1.4 trillion in credit, has around 13 million participants, and is growing at an annual rate of about 20%. According to him, despite these impressive figures, the relatively low participation of the economically active population demonstrates the sector's significant growth potential.

The meeting also welcomed new UCS members, Felipe Moreira Paes Barreto, Francisco Ferreira and Ricardo de Oliveira Tarantello, reinforcing the Association's growth and its commitment to strengthening the insurance brokerage profession.

(Source: Ruco Assessoria)

SODRÉ SANTORO
LEILÕES PRESENCIAIS E ONLINE

REINVENTE SUA MANEIRA DE VENDER

LEILÕES DIÁRIOS



Veículos



Sucatas



Materiais



Imóveis



Judiciais



Animais



Luxo

13 PÁTIOS PARA ARMAZENAGEM E ORGANIZAÇÃO DE LEILÕES QUE SOMAM MAIS DE 2 MILHÕES DE M²:
ARICANDUVA · BAURU · CAÇAPAVA · CESÁRIO LANGE · CURITIBA I · CURITIBA II · GUARULHOS I · GUARULHOS II · GUARULHOS III · LIMEIRA · MONTE MOR · RIBEIRÃO PRETO · SERTÃOZINHO

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 VENDEDORES 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



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.

Corrida Empresarial

A campanha que **acelera seus ganhos**

De junho a agosto, acelere seus resultados com a Tokio Marine.

A Campanha Empresarial chega em um formato ainda mais dinâmico: todos os meses, os primeiros Corretores de cada grupo que atingirem as metas serão premiados, aumentando suas oportunidades de ganhar.

Vamos Juntos!



**TOKIOMARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

tokiomarine.com.br

[Tokio Marine Seguradora](#)

[/TokioMarineSeguradora](#)

[tokiomarineseguradora](#)

Este Seguro é garantido pela Tokio Marine Seguradora S/A – CNPJ 33.164.021/0001-00 – Código SUSEP 06190. Tokio Marine Compreensivo Empresarial — SUSEP 15414.900584/2018-68 e Tokio Marine Vida – SUSEP 15414.901233/2013-60. Consulte as condições gerais em www.tokiomarine.com.br. Para abertura de sinistro, Assistência 24 horas e outras informações, ligue para 0800 31 TOKIO (0800 31 86546). O registro do produto é automático e não representa aprovação ou recomendação por parte da SUSEP. A aceitação da proposta de Seguro está sujeita à análise do risco. O Segurado poderá consultar a situação cadastral do Corretor de Seguros e da Sociedade Seguradora no sítio eletrônico www.susep.gov.br. Julho/2026.