



67ª EDIÇÃO - AGO/2026

# SEGURO NOVA DIGITAL



## SEGURADORA ALM

**Ampliação do portfólio e parceria com os corretores marcam a fase de expansão**



PRODUTO MAIS  
EFICIENTE DO  
MERCADO AINDA É  
MAL RESOLVIDO **P. 12**

POR QUE O  
MERCADO PRECISA  
DE MAIS MULHERES  
NO COMANDO **P. 48**



— SEGUROS CORPORATIVOS

# Seu seguro corporativo em minutos, não em semanas.

A goCover é a corretora de seguros corporativos **AI Native** do Brasil. Cotação e emissão digitais, gestão completa das apólices e um agente de IA acompanhando vencimentos, renovações e sinistros por você.

**70+**

empresas atendidas

**15+**

seguradoras integradas

**100%**

digital, da cotação à apólice

Fale com um especialista e receba sua cotação hoje.  
**WhatsApp (11) 96584-6187**

[gocover.com.br](https://gocover.com.br)

### Edição e reportagem

Sergio Vitor Guerra

MTB 89.595

svitor@seguronovadigital.com.br

### Relações Públicas

Fernanda de O. e Oliveira

foliveira@seguronovadigital.com.br

### Articulistas

Regina Lacerda

Rosane Mota

Luiz Perna

### Capa:

Seguradora ALM

**afp+**  
comunicação  
integrada

Agência Fábrica de Palavras  
Conectando empresas e pessoas

**SEGURO**  
NOVA DIGITAL

CNPJ: 35.032.476/0001-99

Telefones: (11) 99586-0545 / (11) 95116-0272

Email: contato@seguronovadigital.com.br

Website: http://seguronovadigital.com.br/

# O Congresso é nosso ponto de encontro

**É UMA SATISFAÇÃO CHEGAR** ao Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros com uma edição especial.

Afinal, poucos momentos representam tão bem a força e a importância da corretagem quanto este encontro, que reúne milhares de profissionais para discutir os caminhos, os desafios e as oportunidades de uma profissão que passa por uma profunda transformação.

A Seguradora ALM vive uma fase de expansão. Nela, existe um elemento que sustenta essa estratégia: a parceria com o corretor de seguros. Não por acaso, esse movimento ganha ainda mais significado em uma edição que chega às mãos dos profissionais durante o principal encontro da categoria.

Nossos colunistas também trazem diferentes perspectivas sobre o mercado. Nesta edição, eles abordam temas como o seguro de transportes e as oportunidades que surgem para o corretor em um cenário cada vez mais dinâmico e competitivo.

Também temos uma entrevista exclusiva com a Starr, companhia global que atua em diversos mercados e considera o Brasil estratégico para o desenvolvimento de seus negócios. Em conversa com nossa equipe, Igor Di Beo, CEO da Starr no Brasil, fala sobre os planos da companhia, as particularidades do mercado brasileiro e a importância da parceria com os corretores.

É uma edição feita para acompanhar o corretor neste momento de transformação. Uma edição para ler, discutir, compartilhar e, principalmente, aproveitar as oportunidades que o mercado oferece.

Tudo isso e muito mais você encontra nesta edição especial da Seguro Nova Digital.

**Bons negócios!**

*Sergio Vitor Guerra*

# 16

## CAPA

SEGURADORA ALM  
PASSA POR UMA  
NOVA FASE DE  
EXPANSÃO

# 32

## TRANSPORTE

CORRETORES,  
PARCEIROS  
VITALÍCIOS DO  
SEGURO

# 62

## ARTIGO

OPORTUNIDADES  
PARA UM  
CORRETOR CADA  
VEZ MAIS  
PREPARADO

# 24

## ENTREVISTA

BRASIL É UM  
MERCADO  
ESTRATÉGICO PARA  
SEGURADORAS  
GLOBAIS

# 36

## TRANSPORTE

ALBATROZ MGA  
COMPLETA 5 ANOS E  
SE CONSOLIDA NO  
MERCADO LOGÍSTICO

# 78

## MASSIFICAÇÃO

AXA NO BRASIL  
AMPLIA CANAIS DE  
DISTRIBUIÇÃO

# Seguro é ter com quem contar.



Na Suíça Seguros, experiência e conhecimento técnico se unem a um atendimento próximo e personalizado. Transformamos cenários complexos em decisões mais seguras, com uma atuação consultiva, estratégica e feita sob medida para cada negócio. Do primeiro diagnóstico à gestão de solução, você conta com especialistas ao seu lado em cada etapa.

SUIÇA SEGUROS CORPORATIVOS

(31) 99120-4029 • [henrique@suicaseguros.com.br](mailto:henrique@suicaseguros.com.br) • [atendimento@suicaseguros.com.br](mailto:atendimento@suicaseguros.com.br) • [suicaseguros.com.br](http://suicaseguros.com.br)

#### MINAS GERAIS

(31) 2515-9900

Rua da Paisagem, 480 - 7º andar - Vila da Serra  
Nova Lima/MG - CEP 34006-059

#### SÃO PAULO

(11) 3846-0750

Av. Santo Amaro, 1047 - 6º andar - Vila Nova Conceição  
São Paulo/SP - CEP 04505-001

# VAGAS ABERTAS



**INICIANDO UMA NOVA FASE** de expansão nacional, a Favela Seguros está com vagas ilimitadas abertas para moradores de favelas e periferias em diferentes regiões do Brasil. Além de São Paulo e Rio de Janeiro, foram abertas novas vagas em outros nove estados brasileiros: Amazonas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Piauí e Rio Grande do Sul.

Criada pela Favela Holding e pela MAG Seguros, com apoio social da Central Única das Favelas, a CUFA, a iniciativa desenvolve soluções de proteção familiar conectadas à realidade das favelas e periferias brasileiras. O modelo reúne proteção, capacitação profissional, geração de renda e desenvolvimento econômico local.

## PRÊMIO TOP CONSUMIDOR

**O GBOEX RECEBEU** a premiação Top Consumidor – Marcas de Respeito 2026, durante cerimônia promovida no dia 7 de agosto, no Palácio do Comércio, em Porto Alegre. O reconhecimento é concedido a empresas que se destacam pela qualidade, transparência e bom relacionamento com o cliente.

No Rio Grande do Sul, o projeto é organizado pelo Instituto do Consumidor Geração X e pela Revista Consumidor. O objetivo é valorizar organizações que mantêm uma relação de credibilidade e respeito com seus consumidores. “Trata-se de um reconhecimento muito importante para o GBOEX, pois ressaltar os valores da empresa – tradição, solidez e segurança -, o cuidado com as pessoas e os esforços na personalização do atendimento”, afirma o gerente comercial nacional Rogério Marino Bulbotka.





**CESB**

Clube das Executivas  
de Seguros do Brasil

AGORA COM

*presença  
nacional*



Mais conexão. Mais representatividade.

O Brasil é nosso novo horizonte.



O QUE NASCEU EM BRASÍLIA...  
AGORA FLORESCE EM TODO O BRASIL

# SEGURO PARA PMEs



**A STARR ANUNCIA A** inclusão do Seguro de Vida em Grupo PME em seu portal digital de negócios no Brasil, desenvolvido para tornar mais rápida e simples a cotação e emissão de apólices de seguro de vida em grupo para pequenas e médias empresas.

“Os corretores precisam de soluções que acompanhem a velocidade do mercado”, afirma Claudia Papa, Vice-Presidente e Head de Distribuição e Marketing América Latina. “Ao adicionar o Seguro de Vida PME ao nosso portal digital, permitimos que nossos parceiros atendam seus clientes de forma mais eficiente e ampliem suas oportunidades de crescimento”.

A inclusão faz parte de uma estratégia ampla da companhia para fortalecer suas capacidades digitais e ampliar o acesso dos corretores aos produtos da Starr em todo o Brasil.

## PRESENÇA NO MULTIMODAL

**A ALPER SEGUROS MARCOU** presença ativa na feira Multimodal Nordeste, realizada no dia 6 de agosto, em Recife. Expositora ativa na feira Multimodal Nordeste, realizada no dia 6 de agosto, em Recife. A companhia aproveitou a ocasião para apresentar lançamentos tecnológicos, reforçar sua estratégia de expansão regional e consolidar a ampliação do seu escritório na capital pernambucana.



“Estar presente nos aproxima de clientes e fortalece o relacionamento com nossos parceiros, além de nos permitir entender de forma ainda mais profunda as particularidades da região. O Nordeste é uma das nossas principais frentes de crescimento no país”, destaca Dênis Teixeira, Vice-Presidente Sênior de Transportes, Auto e Frota, Logística e Alper Network.

# A MESMA TRADIÇÃO, ATUAÇÃO SEM FRONTEIRAS.

Agora, a excelência da Machado e Cremoneze Advogados Associados também atua no exterior através de Machado Cremoneze Claims Recovery.



**MACHADO CREMONEZE**  
CLAIMS RECOVERY

JUNTOS, AMPLIAMOS NOSSA PRESENÇA PARA PROTEGER OS INTERESSES DOS NOSSOS CLIENTES, ONDE QUER QUE ESTEJAM.

Através de **Machado Cremoneze Claims Recovery**, conduzimos processos de ressarcimento no exterior com estrutura própria, parceiros estratégicos e profundo conhecimento técnico.

Atuamos na recuperação de perdas em operações internacionais, incluindo sinistros em transporte marítimo, aéreo e terrestre, além de declarações de avaria grossa, com agilidade, precisão e foco em resultados.

- Ressarcimento de perdas em operações internacionais
- Declarações de avaria grossa
- Negociações com seguradoras, resseguradoras e contrapartes

ATUAÇÃO GLOBAL, FOCO LOCAL

# AXA TORRE 360

**COM POUCO MAIS DE** um ano de funcionamento, o AXA Torre 360, central de monitoramento para o segmento de Transportes da AXA no Brasil, apresenta resultados que confirmam a eficácia da prevenção e da gestão de riscos no setor de logística. Desde a sua implementação, a central monitorou mais de R\$ 1 bilhão em mercadorias, registrou zero casos de sinistros nos contratos monitorados e evitou mais de R\$ 20 milhões em perdas por meio de intervenções diretas na operação.



O foco está na redução da sinistralidade e no fortalecimento do trabalho das Gerenciadoras de Risco, agindo sobre riscos de roubo e acidente antes que se concretizem.

## ROAD SHOW NO NORDESTE

**A ALBATROZ MGA REALIZOU** em agosto duas edições do Road Show Albatroz MGA no Nordeste, com encontros em Salvador e Recife voltados a corretores de seguros da região. A iniciativa reforça o olhar estratégico da companhia para o mercado nordestino, reconhecido por seu dinamismo, potencial de crescimento e papel cada vez mais relevante na distribuição de seguros no país.



Com o tema “Negócios em Movimento”, os eventos têm como objetivo aproximar a Albatroz MGA dos corretores locais, apresentar soluções, fortalecer relacionamento e abrir espaço para conversas sobre oportunidades comerciais e eficiência operacional.

PROGRAMA  
— DE —  
*Benefícios*  
ICATU



O SEGURO DE VIDA É O PRÓXIMO PASSO QUE PODE TRANSFORMAR A SUA CARTEIRA.

O Programa de Benefícios da Icatu Seguros foi pensado para impulsionar os seus resultados desde o início: uma jornada simples, com apoio de perto e ganhos desde a primeira venda.

**Três novas categorias de benefícios:**

| Especialista

| Especialista Ouro

| Especialista Diamante

---

Bônus Trimestrais de até 60%

---

Possibilidade de ganhar mais duas bonificações adicionais.



Escaneie e comece sua jornada como corretor Icatu.

**ICATU** | SEGUROS

# SEGURO GARANTIA

Por que o produto mais eficiente do mercado ainda é o mais mal resolvido

*Por Irwin Rafael Eleotero — sócio e Diretor Comercial (CSO) da Go Cover Seguros*



**QUEM JÁ PRECISOU DE UMA** garantia contratual para um edital com prazo curto conhece a cena: a exigência aparece, o relógio corre, e a apólice que deveria sair em horas leva dias, às vezes semanas. Não porque o risco seja complexo de analisar, mas porque o fluxo entre as partes ainda é artesanal.

**O Seguro Garantia deveria ser um dos produtos mais fluidos do mercado segurador. Na prática, é um dos mais travados.** Não por falta de demanda, obras públicas, contratos privados, licitações e processos judiciais geram necessidade de garantia todos os dias, o gargalo está no processo: cotação lenta, colocação manual, idas e vindas entre corretor e seguradora, e uma dependência de especialização técnica que poucos operam com profundidade.

## O PROBLEMA NÃO É O PRODUTO. É A OPERAÇÃO EM TORNO DELE.

O Seguro Garantia é, por natureza, um produto de risco bem comportado. A lógica da modalidade (análise prévia do tomador, avaliação da obrigação garantida, o próprio filtro de subscrição da seguradora) faz dele um dos ramos mais criteriosos do mercado. O produto funciona. O que não acompanhou foi *a experiência de contratação*.

Enquanto outros segmentos de seguro corporativo digitalizaram cotação, comparação e emissão, boa parte do mercado de Garantia ainda opera no telefone e e-mail. O corretor vira um intermediário de mensagens: recebe a demanda, dispara e-mails para várias seguradoras, consolida respostas na

mão, volta ao cliente. Cada etapa manual é um ponto de atrito e de perda de prazo, que em Garantia é frequentemente o fator decisivo.

Há ainda a camada da especialização. Garantia não é um produto único: garantia contratual, garantia para licitação sob a nova Lei 14.133, garantia judicial recursal, de execução, de adiantamento, cada modalidade tem sua lógica, sua documentação, sua conversa com a seguradora. Tratar tudo como “seguro garantia” genérico é onde muita operação trava.

## A TESE DA GO COVER

Foi olhando exatamente para esse descompasso, um produto eficiente preso a uma operação ineficiente, que estruturamos a Go Cover, uma corretora AI Native.

A premissa é direta: **especialização técnica em Garantia, com tecnologia que remove o atrito do processo**. Não nascemos como uma corretora generalista que também vende garantia.

Nascemos com foco na modalidade e nas suas particularidades, para operar com a profundidade que o produto exige e a velocidade que o mercado não entrega.

Isso se traduz em duas escolhas de fundo. A primeira é de foco: dominar as modalidades de Garantia em vez de diluir a operação em inúmeros produtos. A segunda é de arquitetura: construir a corretora sobre uma plataforma tecnológica desde o primeiro dia, com IA no centro, em vez de digitalizar um processo manual por cima.

## A PLATAFORMA

Na prática, isso significa integrar cotação e colocação num fluxo único, com inteligência artificial em toda operação. A plataforma conecta a demanda do cliente às seguradoras de forma direta, hoje são **15 seguradoras integradas**, permitindo comparar condições sem multiplicar conversas paralelas.

O objetivo não é substituir o julgamento técnico do especialista, é liberar esse julgamento do trabalho repetitivo. Quando a coleta e a consolidação de cotações deixam de ser manuais, o especialista passa a fazer o que agrega valor de verdade: estruturar a garantia certa, para o risco certo, no prazo certo. É essa combinação, especialização humana mais infraestrutura tecnológica, que encurta o caminho entre a necessidade e a apólice.

## QUEM CONSTRÓI A GO COVER

Uma tese só se sustenta com quem a executa. A Go Cover é conduzida por sócios com trajetória no mercado corporativo de seguros e em tecnologia:

### Henrique Biancuzzi

(COO) lidera a operação, com mais de 15 anos em vendas e áreas comerciais em multinacionais de seguros e benefícios.

Especialista em reestruturação e aceleração de canais de vendas, atuando em todos os ramos de seguros corporativos.

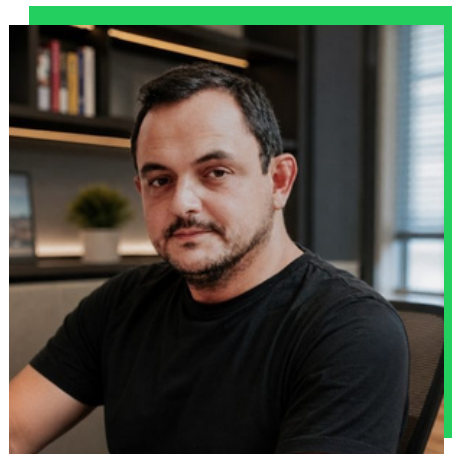
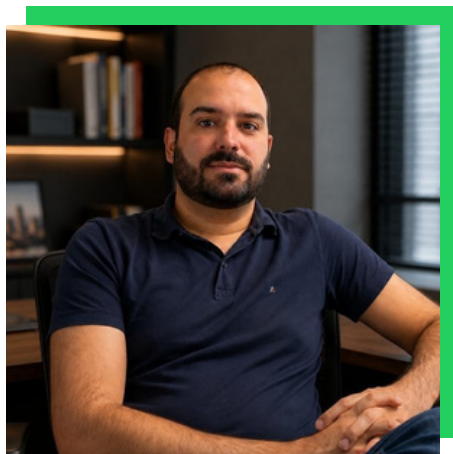
MBA em Finanças Corporativas (Insper).

### Irwin Rafael Eleotero

(CSO), autor deste texto, possui mais de uma década no mercado corporativo de seguros, com passagens por Aon, Itaú e Finn/Acrisure, onde liderou a área de Garantia como Superintendente/Diretor Comercial. Especialista em Seguro Garantia e Fiança Locatícia, une underwriting e aprovação de limites à visão de construção de negócio. Direito + MBA em Gestão (IBMEC).

### Tiago Bernardo (CTO),

com mais de 20 anos atuando em tecnologia, unindo profundidade técnica e liderança executiva. Foi Cloud Director da Worldpanel by Numerator — estratégia global de nuvem, migração para Azure e FinOps — e Senior Customer Engineer na Microsoft. Professor convidado no ISCTE (Lisboa). Na GoCover, lidera a plataforma e os agentes de IA com padrão corporativo e velocidade de startup.



## O CONVITE

O mercado de Garantia não precisa de mais um intermediário de mensagens. Precisa de especialização que resolva e de tecnologia que acelere. É isso que estamos construindo.

---

Precisa de uma garantia com agilidade e condições competitivas? Fale com a Go Cover: [gocover.com.br](https://gocover.com.br)

---

# UMA NOVA FASE DE EXPANSÃO

Investimentos no Seguro Garantia, parceria com a XS Global e ampliação de escritórios marcam o 2026 da ALM, pautado pela proximidade e suporte ao corretor.



**DIVERSIFICAÇÃO DE PORTFÓLIO** e ampliação da estrutura física são as bases que sustentam o avanço da Seguradora ALM. O ano de 2026 da companhia carioca é marcado pela mudança de patamar, aplicando uma estratégia de crescimento sustentável e pautado pelo próximo relacionamento com os corretores.

O profissional, que representa mais de 80% das vendas de seguros no país, é visto pela companhia não como um mero intermediário das vendas de seguros, mas como a engrenagem central do seu modelo de negócios. É o que avalia o CEO Alexandre Dominguez. Segundo ele, a parceria com os corretores é fundamental para os ambiciosos planos da empresa no mercado nacional.



**A ALM é uma extensão do corretor. Temos uma visão diferente da relação tradicional entre seguradora e o profissional: olhamos o negócio como um todo, pensando no cliente final, e não numa relação de fornecedor e distribuidor”.**

**Alexandre Dominguez**  
CEO da Seguradora ALM



Para dar suporte prático a essa visão e impulsionar o desenvolvimento do profissional no dia a dia, a seguradora aposta na construção conjunta de soluções e na capacitação contínua de sua estrutura interna. “A gente trabalha com soluções desenhadas sob medida, junto com o corretor”, ressalta Dominguez.

Na prática, isso significa que o profissional pode se cadastrar no portal da empresa e ter acesso a todas as funcionalidades, além de contar com uma assessoria, que o orienta e o estimula a se aproximar ainda mais da ALM.

Essa atuação consultiva ganha ainda mais relevância nas carteiras corporativas, segundo o CEO. “O ramo de Seguro Garantia, por exemplo, é viabilizador. Ele viabiliza uma empresa a funcionar, além de literalmente garantir os termos do contrato”, pontua.

## **SEGURO GARANTIA IMPULSIONA CICLO DA ALM**

Na última década, o volume de prêmios do Seguro Garantia mais do que triplicou no país, saltando de R\$ 2,04 bilhões em 2016 para R\$ 6,29 bilhões em 2025, segundo dados da Susep. O resultado engloba diferentes modalidades da carteira. Esse avanço ganhou ainda mais força a partir de 2022, registrando altas expressivas de 24,35% em 2023, e 17,61% e 23,88% nos anos seguintes, todas consolidando um ritmo de expansão real bem acima da inflação.

Esse cenário justifica o forte investimento que a ALM fez recentemente. A diversificação do portfólio com foco no Seguro Garantia consolida o plano estratégico da companhia de ampliar sua atuação nacional.

A diretora, Carolina Novaes, entende que a escolha do produto é parte de uma leitura clara sobre o já conhecido público de pequenas e médias empresas. “O PME estava carente de uma seguradora disposta a atendê-lo com agilidade real no Garantia”, avalia. Atualmente, o foco do produto está em empresas com faturamento de até R\$ 200 milhões. “Esse não é um produto isolado, ele é a continuidade natural da nossa missão de democratizar a proteção no Brasil, agora também para o universo empresarial”, pontua a executiva.

Embora o ramo esteja em crescimento, a penetração na sociedade ainda é baixa. Essa é a realidade que a Seguradora ALM está disposta a mudar. Visando facilitar o cotidiano do corretor, a companhia estruturou uma operação 100% digital em que todas as solicitações passam pelo portal. “O modelo conta com aprovação automática para as modalidades Tradicional, Recursal e Trabalhista, ou solicitação de Authority quando o caso exige uma análise mais próxima”, explica Carolina.

## **XS GLOBAL: ATUAÇÃO EM ESCALA E INTELIGÊNCIA INTERNACIONAL**

Um dos passos mais importantes para a consolidação nesse ramo é a parceria com a XS Global. Capacidade financeira, excelência técnica e inovação foram os pontos mútuos encontrados por ambas as empresas. O negócio amplia a capacidade de subscrição da ALM e fortalece a oferta de soluções para corretores e clientes.



**A experiência internacional da XS Global amplia nossa visão na análise de risco e torna nossos processos de subscrição ainda mais consistentes e especializados”.**

**Carolina Novaes**

Diretora da Seguradora ALM



Na prática, a operação da seguradora passa a ter mais velocidade na tomada de decisão, mais flexibilidade para avaliar operações de perfis diferentes e uma capacidade maior para estruturar soluções sob medida para o consumidor.

Enquanto isso, o corretor, de acordo com a executiva, a parceria significa contar com uma seguradora que reúne a proximidade e a velocidade de atendimento da ALM com o conhecimento técnico e a experiência internacional da XS Global, ou seja, análises mais qualificadas, suporte técnico especializado e soluções mais competitivas para seus clientes.

Reafirmando o posicionamento da seguradora, Carolina ressalta que "nosso compromisso é ser um parceiro de negócios do corretor, para oferecer não apenas capacidade de emissão, mas inteligência na construção das operações e relacionamento próximo em todas as etapas do processo".

## **O DESEMBARQUE EM SÃO PAULO**

A proximidade com os corretores acontece não só pelo relacionamento digital, mas também pelo meio físico. No fim do ano passado, a Seguradora ALM desembarcou em São Paulo, estado que representa uma expressiva parcela da produção de seguros nacional. Pouco tempo depois, já é percebida uma aceleração no ritmo dos negócios.



**O estado tem recebido a gente muito bem. Isso traz uma dimensão diferente à operação. É um mercado muito grande e competitivo e que acaba sendo uma vitrine para o Brasil inteiro”.**

**Yasmin Monge**  
Diretora Adjunta



O retorno do mercado foi tão expressivo que a seguradora já projeta novos passos em sua estrutura física local. A executiva reforça que a demanda vem crescendo bastante. “São Paulo é um mercado exigente, mas que também responde muito bem quando encontra uma empresa estruturada, com uma proposta consistente e que entrega o que promete”, pontua Yasmin.

Paralelamente à capital, a estratégia do grupo avança fortemente rumo ao polo econômico do interior do estado. Para atender às particularidades do mercado local, a companhia aposta no contato direto e consultivo. “No interior, o relacionamento próximo tem um peso muito grande. As pessoas querem conhecer quem está do outro lado, conversar, criar confiança. Por isso, Campinas e toda a região têm sido muito importantes para a expansão do Garantia”, analisa a executiva.

Em consonância com os movimentos paulistas, a seguradora também reafirma suas origens com a mudança do endereço de sua sede para a região central da capital fluminense. “O Rio é a nossa casa e continua tendo um papel muito importante na história da ALM”, declara Yasmin.

A mudança de endereço acontece concomitantemente à nova fase da operação multiramo e com um time que cresceu nos últimos anos.

“Precisávamos de um espaço que fizesse sentido para o tamanho que a ALM está alcançando e também para os próximos passos que queremos dar”, conclui a executiva.

Para selar essa nova fase de expansão física e diversificação de portfólio, o CEO Alexandre Dominguez projeta uma jornada de avanço contínuo e sustentável para a empresa. “Nossa expectativa é manter uma trajetória consistente de crescimento, mas sempre com muita responsabilidade”, reforçando que a seguradora busca evoluir com qualidade, rentabilidade e relações duradouras.

Conectando os próximos passos da companhia ao pilar que sustentou toda a sua estratégia desde o início, Dominguez antecipa novidades para os parceiros comerciais. “O corretor é uma peça central na estratégia da ALM e estamos preparando iniciativas justamente para tornar essa parceria cada vez mais próxima, simples e produtiva”.

“Mais do que lançar produtos, nosso objetivo é oferecer ao corretor uma seguradora acessível, ágil e disposta a construir negócios junto com ele. Algumas dessas novidades serão apresentadas em breve. O que posso dizer desde já é que o corretor continuará tendo um papel protagonista no crescimento da ALM”, conclui o executivo ■

---

**SERGIO VITOR GUERRA**



**SINICOR**

Sinistros



# A SINICOR ATUA **24H** EM TODOS OS RAMOS DE SEGUROS!



## **SINISTRO E ASSISTÊNCIA EMERGENCIAL**

Atendimento humanizado e ágil,  
24 horas por dia, 7 dias por semana.



## **GESTÃO DE PARCELAS INADIMPLENTES**

Soluções inteligentes para recuperação  
e organização financeira.



## **LINHAS FINANCEIRAS**

Mais de 30 bancos parceiros nas linhas de  
financiamento e auto, imobiliário e capital de giro  
– **REMUNERANDO O CORRETOR!**



## **PARCERIAS QUE FAZEM A DIFERENÇA**

Parceira de vários clubes renomados de corretores  
e dos Sincors MT, RO AC e Regional ABC/SP.



CONFIANÇA



AGILIDADE



COMPROMISSO



RESULTADOS



SAIBA MAIS EM

**SINICOR.COM.BR**



TEL / WHATSAPP

**11 97688-4664**

# BRASIL, MERCADO ESTRATÉGICO

Seguradora centenária, Starr desembarcou no país em 2012 trazendo consigo a sua expertise em seguro corporativo; CEO explica como uma companhia com mais de 100 anos de história continua relevante em um mercado em constante transformação



**IGOR DI BEO:** Qualquer companhia que planeja expandir sua operação internacional deve avaliar a pujante economia brasileira.

**A Starr é uma seguradora que atua em 170 países. Como a companhia enxerga o papel do Brasil em sua estratégia global?**

Qualquer companhia que projeta expandir globalmente deve avaliar o Brasil, que é uma economia pujante e em desenvolvimento. O país é protagonista na expansão de toda seguradora global.

**Como superar as eventuais barreiras que uma empresa global tem em se adaptar em território nacional?** Toda cultura reunida gera uma grande oportunidade de conhecimento técnico. Essa troca de experiência entre equipes locais e internacionais forma o casamento perfeito para se adaptar em qualquer país do mundo.

**Quais são as particularidades da indústria de seguros brasileira que devem ser pontos de atenção?** O mercado de seguros brasileiro ainda tem muito espaço para avançar na cultura de prevenção e na gestão de riscos. Esse é um ponto que merece atenção, especialmente quando observamos a qualidade dos riscos patrimoniais e as diferenças existentes entre os critérios de prevenção adotados.

Muitas vezes, a preocupação está concentrada apenas na proteção da vida e do patrimônio após a ocorrência de um evento. Precisamos avançar também na prevenção, combinando técnicas de engenharia de riscos, as exigências dos Corpos de Bombeiros e os critérios utilizados na análise e subscrição dos riscos patrimoniais.

**São mais de 100 anos de história e 14 anos de Brasil. Como uma companhia com uma trajetória de tradição pode se manter atual neste setor cada vez mais competitivo?** A Starr sempre foi reconhecida pelas suas soluções em riscos complexos. Essa expertise continua, mas agora também se expande para outros níveis. Nosso propósito é oferecer para corretores e clientes todo o conhecimento adquirido ao longo de todos esses anos.

**De que maneira a empresa vem se adaptando ao ambiente digital?**

Atualmente, as vendas precisam ser rápidas e simples e, por isso, os portais desempenham um papel fundamental. Nosso foco hoje é a expansão dos canais digitais. Recentemente, lançamos o portal E&O, além de outros produtos que também estão disponíveis por lá, como Responsabilidade Civil e Vida em Grupo. Cada vez mais usamos ferramentas digitais que deixam a jornada na Starr mais fluída para o corretor.

**Por que a escolha do E&O desta vez?** Muitas profissões demandam esse produto, especialmente pela cobertura de Responsabilidade Civil.

**O corretor representa 80% das vendas de seguros no país. De que maneira a Starr avalia a parceria com esse profissional?** O corretor é o principal canal de venda de seguros da Starr. Ele representa muito mais de 80% das nossas comercializações e vai continuar sendo assim na companhia. Esse profissional é responsável em entender as necessidades dos segurados para oferecer as coberturas que mais se encaixam no seu perfil.

**Você é um experiente executivo do mercado de seguros que assumiu a liderança da companhia no país. Conte como está sendo este primeiro ano.** São cinco meses felizes dentro da Starr. Porém, nada é construído sozinho. É um time, tanto no Brasil quanto fora, que dá muito orgulho e que vem fazendo a diferença. Toda a equipe está ajudando a construir a nova fase da seguradora aqui no país ■

*Por trás de cada  
escolha em saúde,  
**existe alguém que  
faz a diferença.***

**Cada cliente tem uma  
história, uma necessidade e  
um momento único.** E muitas  
vezes, a escolha que traz mais  
segurança começa com uma  
boa orientação.



**A Allcare acredita no  
valor de quem conecta  
pessoas aos melhores  
caminhos em saúde,  
fortalecendo parcerias e  
criando novas possibilidades  
para cuidar de vidas.**

**Pensou saúde,  
pensou Allcare.**

**allcare**

# QUANDO O SEGURO ENGAJA



Ricardo Teixeira, CEO e fundador da Gorilla Life, alcançou mais de **1 milhão de impressões** no LinkedIn em 12 meses sem investimento em mídia paga ao mudar a forma de abordar o seguro de vida nas redes sociais

**O EXECUTIVO RICARDO** Teixeira, CEO e fundador da Gorilla Life, alcançou mais de 1 milhão de impressões no LinkedIn nos últimos 12 meses. Ao todo, 334 mil pessoas foram alcançadas pela publicação de conteúdos relacionados ao seguro de vida. Segundo ele, dois em cada três usuários impactados nunca haviam acompanhado seu trabalho anteriormente.

“Mais de 1 milhão de impressões em 12 meses. Sem mídia paga. Sem polêmica. Falando de seguro de vida e provocando novas conversas sobre o setor”, observa o executivo.

Teixeira destaca que o crescimento da audiência ocorreu de forma acelerada nos últimos meses. Foram necessários dez meses para atingir 500 mil impressões. Depois disso, o número dobrou em apenas seis semanas.

Para o executivo, a mudança não esteve relacionada à frequência das publicações ou ao uso de ferramentas tradicionais para aumentar o alcance. A estratégia foi mudar o foco dos conteúdos. Em vez de falar diretamente sobre seguros, passou a abordar situações vivenciadas por pessoas que não contam com proteção financeira.

“

**O que mudou não foi frequência, não foi horário, não foi hashtag. Eu parei de escrever sobre seguro e comecei a escrever sobre o que acontece com as pessoas quando ele não existe”.**

**Ricardo Teixeira**  
CEO e Fundador da Gorilla Life

Entre os exemplos utilizados pelo executivo estão situações relacionadas à morte, à sucessão empresarial e à contratação de profissionais. A proposta é mostrar as consequências concretas da ausência de proteção e aproximar o tema da realidade das pessoas.

## EXPERIÊNCIA DE HISTÓRIAS REAIS

Segundo Teixeira, essas histórias têm relação direta com sua própria trajetória profissional e experiências acumuladas ao longo dos anos no mercado de seguros. “Cada uma dessas frases eu vivi antes de escrever”, destaca o CEO da Gorilla Life.



**Ricardo Teixeira** quebra o tabu de falar sobre temas sensíveis nas redes.

Além de falar sobre seguro de vida, Teixeira também utiliza seus canais para discutir carreira e os desafios de quem atua no setor. Como parte de sua atuação na Gorilla Life, participa diretamente da identificação e do recrutamento de novos profissionais, o que lhe permite acompanhar diferentes perfis, trajetórias e expectativas de quem escolhe construir uma carreira no mercado de seguros. Essa experiência também alimenta uma visão mais ampla sobre o setor e sobre as competências necessárias para se desenvolver e conquistar espaço em uma atividade que ainda tem grande potencial de crescimento.

A estratégia também levou o executivo a explorar um tema considerado difícil nas redes sociais: a morte. Mesmo assim, os conteúdos alcançaram uma audiência significativa. Na avaliação dele, isso demonstra que existe interesse em discutir o seguro de vida, desde que a comunicação seja diferente da abordagem tradicional do setor.

A experiência levou o executivo a duas conclusões. A primeira é que existe espaço para falar sobre seguro de vida com o público brasileiro, mas é necessário encontrar uma linguagem diferente. A segunda é que conteúdos relacionados a temas sérios podem gerar audiência quando provocam reflexão, apresentam diferentes perspectivas e abrem espaço para o debate, sem transformar comunicação em publicidade.

Teixeira afirma que escolheu o mercado de seguros há nove anos e que a trajetória profissional passou a fazer parte de sua própria narrativa. Para ele, a experiência acumulada no setor também se tornou uma fonte para a produção de conteúdo e para a aproximação com profissionais e interessados no seguro de vida. “Hoje ela é a história que eu mais gosto de contar”, conclui ■

# CORRETORES, PARCEIROS VITALÍCIOS

Por: **Luiz Perna**, fundador da  
L.Perna Reguladora de Sinistros



**NO MERCADO DE SEGUROS**, convencionou-se dizer que o contrato é assinado no fechamento da apólice, mas a renovação é conquistada no momento do sinistro. É exatamente nessa etapa de maior vulnerabilidade do segurado que se revela a verdadeira proposta de valor de uma corretora.

Muitos profissionais ainda concentram seus esforços competitivos na busca pela tarifa mais baixa. Contudo, a prática demonstra que o preço atrativo perde seu apelo quando a liquidação de um sinistro se transforma em uma jornada morosa e opaca. Por outro lado, quando o corretor entrega um acompanhamento proativo, ágil e transparente, cria-se uma blindagem na carteira: o segurado não troca a certeza de um atendimento impecável por uma economia marginal de prêmio. A pergunta que passa a guiar o cliente é simples: **"Por que trocar de corretor se no momento da dor tudo funciona com perfeição?"**

Para operacionalizar esse nível de excelência, a LPerna consolidou seu posicionamento como uma reguladora tecnológica, estruturando um ecossistema de soluções sintetizado no conceito **Triple A + M**: uma alusão à nota máxima atribuída pelas grandes agências internacionais de risco, traduzida no mercado de seguros pela integração dos sistemas **Antares, Artemis, Atlas e Metrics/CTR**.

## O ECOSSISTEMA "TRIPLE A + M": ANTARES, ARTEMIS, ATLAS E METRICS/CTR

A união entre a experiência de mais de quatro décadas de mercado e a

fronteira da inovação tecnológica permitiu à LPerna desenvolver quatro pilares integrados para a regulação e gestão de sinistros:

**1. Antares: Transparência e Controle em Tempo Real.** O Antares é o sistema central de gestão de sinistros que conecta seguradoras, corretores e segurados em uma única plataforma na nuvem. A ferramenta elimina a necessidade de trocas intermináveis de e-mails, permitindo:

- **Visualização completa de cada etapa do processo e status de regulação em tempo real;**
- **Gestão documental centralizada, com upload e download de fotos da avaria, laudos e documentos fiscais;**
- **Links diretos para que o próprio segurado anexe pendências, com alertas e reiteraões automáticas.**

**2. Artemis.** Segurança Jurídica e Automação na Carta Protesto Voltado especificamente para o segmento de transportes (nacional e internacional), o Artemis Tracking automatiza e digitaliza 100% o ciclo de emissão e gestão das Cartas Protesto. Integrado a certificadoras digitais, o sistema garante:

- **Prova inequívoca de notificação do causador do dano dentro do prazo legal;**
- **Rastreabilidade em tempo real com data, horário de leitura e protocolo com ID de autenticidade;**
- **Preservação do direito de regresso da seguradora com total segurança jurídica.**

**3. Atlas: A Inteligência Artificial Generativa Atuando 24/7.** Como cérebro operacional inserido no ambiente do Antares, o Atlas atua como um assistente digital sênior. Treinado com uma base de milhares de processos reais e legislação aplicável (como a Lei 15.040), o agente de IA executa:

- **Extração cirúrgica de dados via OCR em DACTEs, Notas Fiscais e Boletins de Ocorrência, identificando documentos borrados ou ilegíveis instantaneamente;**
- **Auditoria de compliance, cruzando as circunstâncias do evento com as cláusulas e coberturas da apólice contratada;**
- **Apuração automatizada de indenizações e monitoramento rigoroso dos prazos regulatórios.**

**4. Metrics/CTR: Gestão de Risco Operacional e Telemetria.** O sistema Metrics/CTR é um módulo de plataforma métrica que usa telemetria, vídeo e contexto de rota para orientar motoristas em tempo real. Ele calcula o risco por viagem, podendo reduzir sinistros entre 20% e 30% através de:

- **Alertas preventivos na nossa central de controle das condições do veículo (motores, suspensão, pneus, pressão de óleo), fadiga do motorista, além de prevenção contra roubos e atrasos;**
- **Melhoria na disponibilidade da frota e redução do custo por km rodado desde o primeiro dia de operação;**
- **Uso diário comprovado em mais de 700 veículos (caminhões, tratores, colheitadeiras, pulverizadores, etc.).**

## **CAPACITAÇÃO TÉCNICA: A ACADEMIA LPERNA**

Tão importante quanto operar plataformas avançadas é dominar a dinâmica e os fundamentos dos sinistros de transporte nacional e internacional. Para preencher essa lacuna de mercado e capacitar corretores e equipes operacionais, a Academia LPerna desenvolveu um portfólio de videoaulas exclusivas.

O conteúdo educacional detalha desde o comportamento prático de uma avaria até os trâmites regulatórios complexos, munindo o corretor de repertório técnico para orientar seu segurado com autoridade e propriedade.

Acompanhar o sinistro do segurado com ferramentas de ponta deixa de ser um custo operacional para se tornar o investimento de maior retorno em retenção de clientes. Ao adotar o ecossistema "Triple A + M" da LPerna e investir na capacitação continuada da equipe, o corretor eleva sua atuação ao patamar de consultoria estratégica de risco — garantindo renovações quase vitalícias e construindo uma reputação inabalável no mercado. ■

# Sistema de gestão completo e com o **melhor** **CUSTO-BENEFÍCIO!**



# 5 ANOS DE ALBATROZ

Companhia consolida atuação especializada em  
seguros para Logística, com foco em Transportes  
e Frota de veículos pesados

**EM SETEMBRO**, a Albatroz MGA completa cinco anos de atuação e consolida um modelo de negócios baseado em três pilares: conhecimento técnico, inovação e proximidade.

Desde sua criação, a companhia busca tornar o seguro mais simples e eficiente. Para isso, investe na formação de equipes especializadas, no desenvolvimento de produtos, em parcerias estratégicas e em uma plataforma digital integrada, criada para facilitar a jornada do corretor.

Para Salvatore Lombardi, CEO da Albatroz MGA, tecnologia e relacionamento devem avançar juntos.



**“Investimos em tecnologia para simplificar processos e dar velocidade ao negócio, mas acreditamos que o seguro continua sendo feito por pessoas. Queremos oferecer uma estrutura que facilite a rotina do corretor e, ao mesmo tempo, conte com profissionais preparados para compreender os riscos, desenvolver soluções e apoiar novas oportunidades”.**

**Salvatore Lombardi**  
CEO da Albatroz MGA

Essa visão está sintetizada no conceito que representa o atual momento da companhia: “Humano que cuida. Tecnologia que aproxima”.

## **ESPECIALIZAÇÃO NO ECOSISTEMA DE LOGÍSTICA**

A Albatroz concentra sua atuação no ecossistema de Logística, tendo como principais frentes os seguros de Transportes e Frota de veículos pesados.

Em Transportes, reúne soluções voltadas às necessidades de embarcadores, transportadores e outros participantes da cadeia logística. Já em Frota, atende principalmente caminhões e veículos pesados, segmento que demanda domínio técnico, agilidade e compreensão das particularidades de cada operação.



### **SALVATORE LOMBARDI:**

Desde sua criação, há cinco anos, a Albatroz busca tornar o seguro de transporte mais simples e eficiente. Para isso, a companhia tem equipes especializadas para desenvolver soluções, além de firmar parcerias estratégicas e disponibilizar uma plataforma digital integrada para o corretor.



A proposta é ser um parceiro capaz de oferecer diferentes soluções para que os corretores ampliem sua atuação e desenvolvam seus clientes nesse mercado.

Além dos produtos, a companhia disponibiliza uma estrutura integrada de subscrição, suporte comercial, operações, sinistros e recursos digitais. O acompanhamento acontece desde a identificação da oportunidade até a gestão do negócio.

## **MAIS AGILIDADE PARA O CORRETOR**

A plataforma digital é parte central dessa estratégia. Cotação, análise, contratação, emissão e gestão de apólices estão conectadas em um único ambiente, reduzindo tarefas manuais e tornando os processos mais ágeis.



A lógica é direta: menos burocracia representa **mais tempo para cuidar do cliente e gerar negócios.**

Nesse modelo, os recursos digitais não substituem o relacionamento. Eles ajudam a acelerar respostas, melhorar a experiência e aproximar os envolvidos em cada etapa. Subscritores, profissionais comerciais e especialistas em operações e sinistros atuam de forma integrada para agregar conhecimento, capacidade de análise e soluções adequadas a diferentes riscos.

Ao iniciar seu próximo ciclo, a Albatroz pretende ampliar sua presença no mercado de seguros para Logística e desenvolver novas soluções, preservando a parceria com os corretores como um de seus principais valores.



**“Nosso próximo ciclo passa por ampliar aquilo que sabemos fazer bem, sem perder nossa essência. Queremos crescer junto com o corretor, oferecendo novas soluções, recursos tecnológicos e, sobretudo, pessoas preparadas para apoiar o desenvolvimento de seus negócios”.**

**Salvatore Lombardi**  
CEO da Albatroz MGA

Em um mercado cada vez mais digital, a companhia aposta no equilíbrio entre eficiência, especialização e relacionamento para continuar avançando ■



# L Perna

Reguladora de Sinistros



## TECNOLOGIA. ECOSSISTEMA. CONFIANÇA. RESULTADOS.

Soluções completas e integradas em tecnologia, forense e infraestrutura para empresas que exigem **excelência e segurança**.



NOSSAS SOLUÇÕES EM  
REGULAÇÃO DE SINISTROS E PREVENÇÃO DE PERDAS



### TECNOLOGIA DE PONTA

Soluções inovadoras que impulsionam a eficiência e a transformação digital.



### ECOSSISTEMA INTEGRADO

Parcerias estratégicas e integração de serviços para gerar valor contínuo.



### FORENSIC & COMPLIANCE

Investigação, perícia e conformidade com rigor técnico e legal.



### INFRAESTRUTURA SEGURA

Ambientes robustos, escaláveis e protegidos para o seu negócio.

“ Mais que tecnologia, entregamos tranquilidade para você focar no que realmente importa:

**EXPERTISE EM REGULAÇÃO DE SINISTROS E GESTÃO DE CRISES** ”



#### EXPERIÊNCIA SÓLIDA

Anos de atuação com excelência e resultados.



#### EQUIPE ESPECIALIZADA

Profissionais certificados e em constante avaliação.



#### SEGURANÇA E ÉTICA

Confidencialidade, integridade e rigor em cada processo.



#### RESULTADOS COMPROVADOS

Soluções que garantem imposto real e sustentável.



**PROTEJA, OTIMIZE  
E ELEVE SEU NEGÓCIO.**

Conte com quem entende do assunto.  
**Conte com a L. Perna.**



TELEFONE  
**0800 591-7794**



E-MAIL  
**lperna@lperna.com.br**



SITE  
**www.lperna.com.br**

# INCENTIVO PARA CORRETORES



**LUCIANO SOARES**, CEO da Icatu

Ativo desde o início deste ano, programa de benefícios da Icatu prevê bônus financeiros adicionais de até 60%

**LANÇADO NO INÍCIO DESTA ANO**, o novo programa de benefícios da Icatu Seguros para corretores e escritórios de investimento reúne incentivos financeiros e recursos de apoio à atuação comercial. A iniciativa foi estruturada para estimular a diversificação dos negócios e uma abordagem mais consultiva na oferta de soluções de proteção e planejamento financeiro. O programa prevê bônus financeiros adicionais de até 60% e considera diferentes aspectos da atuação dos profissionais, indo além do volume de vendas. Regularidade da produção, consistência dos resultados e qualidade da carteira também fazem parte da estratégia de reconhecimento adotada pela companhia.



**O programa foi concebido para reconhecer a consistência do parceiro e, principalmente, incentivar a diversificação da atuação. Ele oferece estrutura para que corretores e profissionais de escritórios de investimento evoluam de uma lógica mais transacional para um modelo cada vez mais consultivo, ao aprofundar sua atuação em vida, previdência e capitalização”.**

**Luciano Soares**  
CEO da Icatu

Segundo o executivo, a mudança acompanha um cenário em que consumidores chegam mais informados às decisões financeiras e demandam maior qualificação na hora de escolher produtos de proteção e planejamento. Nesse contexto, a atuação consultiva ganha espaço na relação entre profissionais, seguradoras e clientes.

## **INCENTIVOS CONSIDERAM DESEMPENHO AO LONGO DO ANO**

Uma das principais mudanças do programa está na forma de reconhecimento financeiro. Em vez de considerar somente o volume comercializado, a estrutura leva em conta a evolução e a regularidade dos

negócios realizados pelos corretores e profissionais dos escritórios de investimento.

A sistemática permite o acesso a até 10 bonificações financeiras adicionais ao longo do ano. Os resultados, a qualidade da carteira e a continuidade da produção são alguns dos elementos considerados para a concessão dos benefícios.

Além da remuneração adicional, o programa oferece uma estrutura de suporte comercial e relacionamento. A intenção é fornecer ferramentas para que os profissionais ampliem sua capacidade de identificar necessidades dos clientes e trabalhar diferentes soluções da companhia, especialmente nos segmentos de seguros de vida, previdência e capitalização.

## **PROGRAMA TEM TRÊS CATEGORIAS**

A estrutura foi dividida em três níveis: *Especialista*, *Especialista Ouro* e *Especialista Diamante*. A categoria Especialista contempla profissionais que já apresentam atuação consistente na comercialização das soluções da Icatu.

A progressão para os níveis *Ouro* e *Diamante* está associada à evolução da produção, à regularidade dos negócios e à formação de uma carteira sólida. Além de reconhecer diferentes estágios de atuação, a classificação determina o acesso a benefícios adicionais.



**A lógica do programa é justamente incentivar essa evolução contínua, reconhecendo quem constrói resultados de forma sustentável”.**

**Luciano Soares**  
CEO da Icatu

Entre os recursos disponíveis conforme a evolução de categoria estão materiais personalizados, capacitação diferenciada, suporte técnico especializado e atendimento exclusivo para demandas operacionais.

## **CAPITALIZAÇÃO AMPLIA POSSIBILIDADES DE ATUAÇÃO**

A capitalização passou a integrar o programa como uma forma de ampliar o portfólio que pode ser trabalhado pelos corretores e profissionais dos escritórios de investimento.

Um dos produtos incluídos é o Icatu Garantia de Aluguel, alternativa ao fiador tradicional em contratos de locação de imóveis. A presença da solução no programa amplia as possibilidades de atuação comercial e permite atender uma necessidade específica dos clientes dentro de uma estratégia de diversificação da carteira.

A inclusão também aproxima o segmento de capitalização da proposta mais ampla do programa, que busca incentivar os profissionais a conhecer e trabalhar diferentes linhas de negócios da seguradora.

## **CAMPANHA ANTONIO CARLOS DE ALMEIDA BRAGA AMPLIA ALCANCE**

Ao longo deste ano, a Icatu também ampliou a campanha Antonio Carlos de Almeida Braga, tradicional iniciativa de reconhecimento voltada aos profissionais do canal de distribuição.

A nova configuração passou a contemplar um número maior de corretores e acrescentou uma experiência nacional à tradicional viagem internacional oferecida pela campanha. A primeira viagem nacional foi realizada no Rio de Janeiro, com uma programação exclusiva.

A mudança permitiu ampliar o alcance da premiação e reconhecer diferentes trajetórias de desempenho dentro do canal individual, valorizando a contribuição dos corretores para a expansão do mercado de proteção e planejamento financeiro.

## **ESCRITÓRIOS DE INVESTIMENTO TÊM CAMPANHA ESPECÍFICA**

A companhia também colocou em prática uma campanha direcionada aos profissionais de escritórios de investimento. A iniciativa considera a relevância crescente desse canal na distribuição de soluções relacionadas à proteção financeira e ao planejamento de longo prazo.

“Esses parceiros têm um papel cada vez mais relevante na orientação dos clientes em decisões de longo prazo, especialmente em previdência. A campanha foi estruturada para valorizar esse trabalho e incentivar ainda mais o desenvolvimento desse ecossistema”, explica o CEO da Icatu.

Com as iniciativas implementadas desde o início do ano, a Icatu busca ampliar a participação dos corretores e dos escritórios de investimento em diferentes linhas de negócios, ao mesmo tempo em que incentiva uma relação mais consultiva com os clientes e uma atuação baseada na construção de resultados consistentes ao longo do tempo. ■



Durante a solenidade o presidente do Grupo A12+, Renner Fidelis, reverenciou a atuação da diretoria e dos sócios fundadores do Grupo A12+.

# 12 anos de união, confiança e crescimento.

O **Grupo A12+** celebrou seus 12 anos em Vitória (ES), reunindo associados, parceiros e convidados em uma trajetória construída lado a lado.

Hoje, são mais de **270 corretoras associadas**, **100 mil clientes** e **R\$ 1 bilhão em vendas**: uma história sólida, que segue abrindo caminhos para o corretor.

**Faça parte do Grupo A12+ e cresça junto com quem faz a diferença no mercado.**

Acesse:  
[grupoa12.com.br](http://grupoa12.com.br)



@grupo.a12



/grupo-a12



/grupoa12seguros

**GRUPO A12+**  
Muito além do seguro **ANOS**

# O PODER DA LIDERANÇA FEMININA



POR QUE O MERCADO DE  
SEGUROS PRECISA DE **MAIS**  
**MULHERES NO COMANDO**

Por: **Rosane Mota**, CEO da RM7 Seguros

**AO LONGO DOS MEUS 35 ANOS** de trajetória no mercado de seguros, vi este setor passar por transformações profundas. De um ambiente majoritariamente masculino, onde a voz feminina muitas vezes precisava buscar espaço com esforço redobrado, evoluímos para um cenário onde a presença das mulheres não é apenas uma demanda por justiça social, mas uma estratégia para a própria sobrevivência e inovação das seguradoras e corretoras.

Hoje, os números nos contam uma história de dois tempos. Segundo o primeiro relatório FeMa Meter, divulgado pela Susep em 2026, as mulheres já ocupam 54,4% da força de trabalho no nosso setor. Somos a maioria na base, no atendimento, na inteligência operacional. No entanto, quando olhamos para o topo da pirâmide, o cenário muda e apenas 28,5% das posições de gestão executiva e 18,5% dos assentos em conselhos de administração são ocupados por nós. Falo aqui também, como conselheira consultiva.

Esses dados, corroborados pelo 5º Estudo Mulheres no Mercado de Seguros, realizado pela ENS com o apoio de instituições fundamentais como a CNseg e a Fenacor, revelam o que ainda chamamos de "teto de vidro". Embora tenhamos avançado na ocupação de postos de trabalho, a barreira para o C-Level e para a tomada de decisão estratégica ainda é um desafio real.

Não se trata apenas de preencher vagas. A importância da mulher no mercado de seguros reside na diversidade de perspectivas que trazemos. Como corretora, administradora, empresária, escritora e conselheira consultiva, entendo que o seguro é um produto de confiança e proteção. Em um país onde as mulheres representam o terceiro maior mercado consumidor e exercem um papel central na gestão do orçamento familiar, ter mulheres no comando é uma questão de inteligência de mercado. Como podemos desenhar produtos que atendam às necessidades das famílias brasileiras se a visão de quem normalmente decide esses produtos for homogênea e limitada?

A diversidade nas mesas de decisão não é um favor, é um diferencial.

Estudos globais mostram que empresas com maior representatividade feminina em seus conselhos apresentam melhor governança e maior capacidade de adaptação a crises.

Como sócia fundadora da RM7 Corretora de Seguros, olho para o futuro com otimismo, mas também com o realismo de quem conhece os bastidores. A mudança não virá apenas por decretos ou metas numéricas. Ela virá através do desenvolvimento de líderes, da mentoria ativa e de uma cultura que entenda que a equidade é um motor de crescimento.

Como alguém que já se dedicou três décadas e meia a este setor, meu compromisso é da RM7 Seguros tem sido justamente este, fomentar o desenvolvimento de novas lideranças e garantir que a experiência acumulada se transforme em portas abertas para as próximas gerações.

O mercado de seguros do futuro será, necessariamente, mais diverso. Ele será um setor que entende que a força do nosso mercado não está apenas nos prêmios emitidos, mas na capacidade de refletir, em sua liderança, a pluralidade da sociedade que ele se propõe a proteger.

Estamos avançando, sim, mas ainda temos uma jornada pela frente. E, como aprendi ao longo desses 35 anos, o seguro é um negócio de longo prazo e o investimento na liderança feminina é, sem dúvida, o nosso melhor seguro para o futuro. ■

# Agilidade e Segurança para o seu Negócio!

- ✓ Seguro garantia prestação de serviços, obras e fornecimento
- ✓ Garantia judicial
- ✓ Seguro de Risco de Engenharia e Responsabilidade Civil
- ✓ Seguro de compra e venda de energia
- ✓ Seguro Garantia Locatícia
- ✓ Seguro garantia de pagamento



**RM7**  
SEGUROS

# UMA NOVA JORNADA



Corretora com mais de 90 anos de história,  
Hellner amplia atuação com integração ao  
**Grupo Exalt** / Foto: **Christian Hellner**, CEO  
da Hellner

**COM MAIS DE 90 ANOS** de atuação no mercado de seguros, a Hellner Corretagem de Seguros segue a jornada conduzindo os negócios com o Grupo Exalt, movimento que aproxima a experiência construída pela corretora ao longo de gerações de uma rede voltada ao desenvolvimento e fortalecimento de empresas do setor.

Fundada em 1934, a Hellner construiu sua história como uma empresa familiar e atualmente está em sua terceira geração. A corretora atua em diferentes segmentos e ramos de seguros, oferecendo serviços que passam por consultoria, administração de apólices, gerenciamento de riscos, suporte em sinistros e soluções para operações nacionais e internacionais. Na liderança da companhia estão Hartwig Hellner, presidente, Christian Hellner, CEO, e Karla Hellner, COO.

A combinação entre experiência acumulada, especialização técnica e proximidade com os clientes está entre os pilares que sustentam a atuação da corretora. O seguro é parte de um trabalho amplo de compreensão dos riscos e da realidade de cada segurado. A proposta é acompanhar empresas e pessoas de maneira próxima, desde a identificação das necessidades, a escolha das coberturas até situações que exigem maior suporte, como a ocorrência de um sinistro.

Segundo Christian Hellner, CEO da Hellner, a tradição empresarial auxilia na longevidade da empresa e na forma como a corretora procura construir seus relacionamentos.

Mais do que entregar um seguro, entregamos tranquilidade, confiança e parceria. Nosso trabalho começa pela compreensão da realidade de cada cliente, dos riscos envolvidos e das necessidades do seu negócio. A partir disso, construímos soluções onde estamos próximos durante toda a condução dos negócios. A segurança também nasce dessa proximidade, de um atendimento consultivo, ágil e transparente e da certeza de que o cliente terá orientação quando mais precisar. Ética, transparência e relacionamento humano são princípios dos quais nunca abrimos mão.”

A participação da corretora no grupo foi anunciada como um movimento para manter a empresa conectada às transformações do mercado.



**A Exalt amplia horizontes. Quando corretoras com valores semelhantes compartilham conhecimento, experiências e boas práticas, todos evoluem. Temos acesso a inteligência de mercado, benchmarking, desenvolvimento de soluções e maior capacidade de relacionamento e negociação com as seguradoras. O mais importante é que isso acontece preservando a essência e a independência de cada corretora. Não se trata apenas de estar em um grupo, mas de participar de um ambiente de desenvolvimento contínuo que pode gerar mais valor para clientes, parceiros e para o mercado de seguros”.**

**Christian Hellner**  
CEO da Hellner

O Grupo Exalt se consolida como um grupo formado por corretoras que busca fortalecer o empreendedorismo no setor de seguros, criando condições para que empresas independentes possam aprimorar sua gestão, compartilhar experiências, ampliar possibilidades de negócios e enfrentar as transformações de um mercado cada vez mais complexo.

Para Alexandre Federman, CEO do Grupo Exalt, a chegada de uma empresa com a trajetória da Hellner fortalece o próprio ambiente de colaboração que o grupo busca construir.



**ALEXANDRE FEDERMAN:** chegada da corretora com uma longa trajetória tem um significado especial.



**“A chegada da Hellner ao Grupo Exalt tem um significado especial porque estamos falando de uma corretora que construiu credibilidade ao longo de mais de 90 anos, atravessou gerações e continua olhando para o futuro. Empresas com esse nível de experiência trazem conhecimento, relacionamento e uma cultura consistente de atendimento ao cliente. Ao mesmo tempo, passam a ter acesso à força coletiva do grupo, às nossas iniciativas e à troca com outras corretoras. É esse equilíbrio que buscamos na Exalt, com empresas fortes, com identidade própria, que entendem que colaborar pode acelerar o desenvolvimento de todos”,**

**Alexandre Federman**  
CEO do Grupo Exalt

A zona de conforto é  
um lugar delicioso...

mas você não cresce lá.



Exclusivo. Extraordinário. **exalt**

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

 [@grupoexalt](https://www.instagram.com/grupoexalt)

# POR DENTRO DA IA

Tudo que um corretor de seguros precisa saber sobre Inteligência Artificial



Por: Ping Seguro

**VOCÊ PROVAVELMENTE JÁ** ouviu falar bastante sobre Inteligência Artificial. Talvez até tenha testado o ChatGPT para fazer uma pergunta ou escrever algum texto. Mas será que você já parou para pensar em como a IA pode ajudar, de verdade, na rotina de uma corretora de seguros?

A boa notícia é que você não precisa entender de tecnologia para começar. A IA pode ser encarada como uma espécie de assistente: você explica o que precisa e ela ajuda a executar a tarefa.

E existem muitas possibilidades.

## **COMECE PELAS TAREFAS MAIS SIMPLES**

Uma das maneiras mais fáceis de usar IA é na produção de conteúdo. Se você tem uma corretora e precisa manter as redes sociais atualizadas, pode pedir ideias de posts, legendas, títulos, roteiros para Reels e textos para campanhas.

Por exemplo: “Crie cinco ideias de vídeos de 30 segundos para uma corretora que quer falar sobre seguro Auto de maneira simples e descontraída”.

Em poucos segundos, você pode ter várias ideias para escolher.

A IA também pode ajudar a transformar um assunto complicado em uma explicação que seu cliente consiga entender. Isso é especialmente útil no mercado de seguros, que costuma ter muitos termos técnicos.

## **DEIXE A IA CUIDAR DO TRABALHO REPETITIVO**

Outra grande oportunidade está nas tarefas operacionais.

Sabe aquela atividade que você faz praticamente todos os dias? Resumir informações, organizar dados, criar textos parecidos, analisar uma planilha ou transformar um documento em informações mais fáceis de consultar?

Sempre que uma tarefa for repetitiva, vale perguntar se a IA pode ajudar.

O objetivo não é substituir o trabalho do corretor. É justamente o contrário: **tirar algumas tarefas burocráticas do caminho para que o profissional tenha mais tempo para atender clientes, fazer negócios e cuidar da própria carteira.**

## **E OS VÍDEOS?**

A IA também pode ser uma ótima parceira para quem quer aparecer mais nas redes sociais.

Você pode pedir sugestões de assuntos, criar um roteiro, encontrar um bom gancho para os primeiros segundos do vídeo ou adaptar uma ideia para diferentes formatos.

Em vez de passar meia hora tentando descobrir o que falar em um Reels, você pode começar perguntando à IA: “Me dê 10 ideias de vídeos que um corretor de seguros poderia gravar hoje”.

Depois, é só escolher a melhor, colocar sua experiência e sua personalidade no conteúdo e gravar.

## **E QUANDO A IA ESTÁ DENTRO DO SISTEMA DA CORRETORA?**

É aqui que a tecnologia começa a ficar ainda mais interessante.

O **Ping Seguro** é um sistema de gestão desenvolvido para corretoras de seguros. Ele reúne ferramentas para ajudar o corretor a organizar sua operação, clientes, apólices, vendas e outras atividades da rotina.

E a Inteligência Artificial já faz parte dessa experiência.

**Sabe quando você precisa descobrir quantas vendas sua corretora fez em determinado período, quais produtos venderam mais ou levantar alguma informação específica da sua operação?** Você pode pedir para a IA do Ping criar o relatório para você.

Em vez de ficar procurando informações, criando filtros ou montando tudo manualmente, você explica o que precisa e a inteligência artificial ajuda a transformar os dados da sua corretora em um relatório.

**E sabe aquela tarefa de importar uma apólice em PDF para o sistema?**

Com a IA do Ping, fica muito mais fácil.

A Inteligência Artificial consegue ler o PDF da apólice e extrair as informações necessárias para alimentar o CRM, reduzindo o trabalho de digitação e tornando o processo muito mais rápido.

**[Clique aqui e conheça o sistema mais completo para sua corretora.](#)**

# PASI

## PROTEGER A VIDA É O NOSSO PROPÓSITO

O PASI nasceu para cuidar da vida, e isso vai muito além do seguro. Por isso ampliamos nossas soluções de saúde para estender o cuidado ao dia a dia dos seus segurados.

Facilitamos o acesso às consultas, aos medicamentos e ao tratamento que não pode esperar. Esse é o nosso porquê. Esse é o nosso cuidado.

### Conheça algumas das soluções de saúde do PASI:

#### PASI FARMA

Medicamento a preço de custo, com compra 100% online e entrega em domicílio.

#### MEDICAMENTO GARANTIDO

Subsídio para medicamentos, com saldo renovado mensalmente, para evitar que tratamentos sejam interrompidos por falta de recursos financeiros.

#### TELEMEDICINA

Mais de 9 opções de telemedicina para consultar, sem filas e sem deslocamento.



**PASI, UM SEGURO  
PARA A VIDA.**

**Central PASI** - 4000-1989 | 0800 703 6302  
contato@pasi.com.br | www.pasi.com.br  
© f y in /seguroPASI

# UM NOVO MERCADO

Oportunidades para um corretor  
cada vez mais preparado



O mercado de seguros cresce, milhões de brasileiros ainda estão desprotegidos e há uma enorme oportunidade para o corretor que estiver preparado para enxergá-la.

**Por: Regina Lacerda\***

**O MERCADO DE SEGUROS** brasileiro vive um momento que considero especialmente desafiador e, ao mesmo tempo, extraordinário em oportunidades.

Temos um setor robusto, que movimenta centenas de bilhões de reais e amplia sua importância na proteção das famílias, das empresas e da economia. A CNseg projeta para 2026 uma arrecadação próxima de R\$ 808 bilhões. Somente entre janeiro e abril deste ano, quase R\$ 85 bilhões retornaram à sociedade em indenizações, benefícios, resgates e sorteios. Mas há um outro lado desses números que sempre me chama a atenção: ainda temos milhões de brasileiros desprotegidos. Apenas 29% da frota brasileira possui seguro automóvel. Na previdência privada aberta, são 11,2 milhões de pessoas com pelo menos um plano, número ainda pequeno diante da população adulta brasileira.



**Por isso, não vejo nesses dados apenas baixa penetração, mas um enorme espaço para crescimento. A oportunidade está diante de nós. Estamos preparados para transformá-la em novos negócios e mais proteção para a sociedade?**

Ao longo dos anos, aprendi que nosso maior concorrente nem sempre é outra corretora, outro canal de distribuição ou uma nova tecnologia. Muitas vezes, nosso maior desafio é a falta de percepção do cliente sobre os riscos aos quais está exposto. E é exatamente aí que o corretor faz diferença.

O seguro automóvel continua sendo uma importante porta de entrada nas corretoras. Mas o cliente que nos procura para proteger seu carro tem uma vida inteira para ser protegida: família, renda, patrimônio, aposentadoria, sucessão e tantos outros riscos que, muitas vezes, sequer percebe.

É por isso que acredito tanto na venda consultiva. Precisamos conhecer o cliente além do seguro que ele veio contratar: perguntar, ouvir e compreender sua realidade, seus projetos e suas responsabilidades.



**Talvez nunca tenhamos tido tantas ferramentas para vender seguros. Mas vender mais dependerá, cada vez mais, de saber perguntar melhor.**

Para perguntar melhor é preciso conhecer mais. Não há mais espaço para o corretor que deixa de estudar. O consumidor mudou, os produtos evoluíram, novos riscos surgiram e a tecnologia transformou processos. Experiência continua sendo um patrimônio valioso, mas precisa caminhar com atualização, novas ferramentas e, principalmente, com a capacidade de conversar com pessoas. Porque seguro continua sendo, essencialmente, sobre pessoas.

Não acredito em um corretor forte sem seguradoras fortes ao seu lado. Companhias que investem no corretor como parceiro fortalecem todo o mercado. Esse crescimento depende de um ecossistema que conecte seguradoras, corretores, entidades, tecnologia e conhecimento, com o cliente no centro. É essa integração que desenha uma nova distribuição de seguros: mais consultiva, tecnológica, próxima e capaz de alcançar quem ainda está desprotegido.

Inteligência artificial e novas tecnologias são aliadas: processam dados, automatizam tarefas e aumentam nossa eficiência. Mas não substituem a confiança. O corretor que usar a tecnologia para ter mais tempo para ouvir, orientar e cuidar do cliente será ainda mais necessário.

Em um momento em que milhares de profissionais se reúnem para discutir o futuro do nosso mercado, eu faria um convite: antes de perguntarmos

apenas **“o que o futuro reserva para o corretor?”**, talvez devêssemos perguntar também **“que corretor queremos ser nesse futuro?”**

Existe um Brasil imenso ainda a ser protegido. Milhões de famílias, profissionais e empresas precisam compreender melhor seus riscos e encontrar soluções adequadas às suas realidades. Esse mercado está diante de nós.

O futuro do corretor não está apenas em vender mais seguros. Está em compreender melhor as pessoas, identificar riscos que elas ainda não perceberam e transformar conhecimento em proteção. Quanto mais preparado estiver o corretor, mais brasileiros conseguiremos proteger e maior será o mercado que todos nós conseguiremos construir ■

---

**\*Regina Lacerda é CEO da Rainha Seguros e presidente do CESB.**

# TEMPO PARA VENDER

Sinicor reúne soluções para apoiar a operação das corretoras e permitir que o profissional concentre mais tempo na venda, na prospecção e no crescimento da carteira



Empresa se apresenta ao mercado como um hub de negócios voltado às **corretoras de seguros**.

**O CORRETOR DE SEGUROS** precisa de tempo para se dedicar ao que realmente movimenta o negócio: vender, conquistar novos clientes e ampliar sua carteira. É com essa proposta que a Sinicor se apresenta ao mercado como um hub de negócios voltado exclusivamente ao apoio aos corretores de seguros.

A empresa reúne soluções para diferentes etapas da operação da corretora, complementando a estrutura dos profissionais e ajudando a transformar demandas do dia a dia em oportunidades de negócio.



**A atuação contempla corretores de diferentes perfis e regiões do Brasil, com estrutura, atendimento especializado e serviços voltados a necessidades operacionais e comerciais. Entre as soluções estão gestão de sinistros, assistência emergencial, recuperação de parcelas inadimplentes, soluções financeiras e seguros garantia.**

**Ivo Junior**

Diretor Executivo da Sinicor

A proposta da Sinicor é concentrar em sua estrutura atividades que podem consumir tempo da corretora, permitindo que o profissional direcione seus esforços para o relacionamento com clientes, a prospecção e a geração de novos negócios.

Com esse modelo, a empresa busca contribuir para uma operação mais organizada e produtiva, oferecendo ao corretor suporte para administrar demandas da rotina enquanto mantém o foco no crescimento da carteira ■

# MUITO ALÉM DO SEGURO

PASI amplia seu ecossistema de soluções e fortalece o cuidado com as pessoas



**MATEUS RIBEIRO:** PASI vai continuar evoluindo seu ecossistema com foco na geração de valor para segurados, empresas e corretoras.

**HÁ MAIS DE TRÊS DÉCADAS** o PASI transforma como o mercado enxerga o seguro de pessoas. Se antes a proteção estava concentrada apenas em momentos de imprevisto, hoje ela se estende ao cotidiano dos segurados, oferecendo soluções que promovem saúde, bem-estar, acolhimento e qualidade de vida. Esse movimento ganhou ainda mais força nos últimos meses com a **ampliação do seu portfólio**, que tornaram o seguro cada vez mais presente no dia a dia dos segurados.

Segundo **Mateus Ribeiro**, superintendente de Riscos e Dados do PASI, essa evolução faz parte da própria essência da empresa.



**Somos pioneiros na criação de benefícios em vida dentro do segmento de seguros, sempre buscando oferecer soluções que ampliem a proteção e o amparo aos nossos segurados para além das coberturas tradicionais”.**

**Mateus Ribeiro**

Superintendente de Riscos e Dados do PASI

Ao longo dos anos, novas necessidades surgiram e, acompanhando essa transformação, o PASI passou a desenvolver alternativas voltadas não apenas para proteção financeira, mas também para saúde física, mental e qualidade de vida. "Mais do que a proteção do seguro tradicional, queremos oferecer uma experiência contínua de cuidado, proteção e apoio em diferentes momentos da vida", destaca Mateus.

## **UM ECOSSISTEMA QUE ACOMPANHA A VIDA DAS PESSOAS**

Os lançamentos recentes foram pensados para atender diferentes necessidades de segurados, empresas e suas famílias. Cada novo produto possui um propósito específico, mas todas compartilham o mesmo objetivo: ampliar o cuidado oferecido pelo PASI.

## **AMPLIAÇÃO DO PAPEL DO SEGURO DE VIDA**

Os lançamentos recentes foram pensados para atender diferentes necessidades de segurados, empresas e suas famílias. Cada novo produto possui um propósito específico, mas todas compartilham o mesmo objetivo: ampliar o cuidado oferecido pelo PASI.

### **PASI FARMA**

Compra de medicamentos, vitaminas e suplementos a preço de custo via WhatsApp.

### **PASI SUPER APP**

Um aplicativo completo que conecta os segurados ao seu seguro, além de oferecer benefícios e serviços exclusivos que agregam valor no dia a dia. Mais praticidade, economia e conveniência com acessos rápidos.

### **MEDICAMENTO GARANTIDO**

Crédito mensal para aquisição de medicamentos prescritos em farmácias de todo o Brasil.

### **PASI NR-1**

Monitoramento e gestão dos riscos psicossociais, com relatórios e indicadores que facilitam o cumprimento das novas exigências da NR-1, com o diferencial exclusivo da Assistência em Caso de Burnout.

### **PASI BEM-ESTAR**

Plataforma de autocuidado, saúde, nutrição, meditação e acompanhamento emocional.

### **SORRISO PASI**

Cuidado odontológico do PASI: prevenção, acesso facilitado e acompanhamento contínuo para o colaborador e sua família.

### **MAIS DE 50 SOLUÇÕES**

O portfólio do PASI reúne mais de 50 coberturas, assistências e benefícios que complementam o seguro de vida e ampliam sua relevância no dia a dia dos segurados.

## O PRÓXIMO PASSO DESSA EVOLUÇÃO

Para o PASI, a ampliação de seu portfólio significa reforçar um propósito que acompanha a empresa desde sua origem: utilizar o seguro como ferramenta de transformação social. "Nosso objetivo é fortalecer a cultura do seguro no Brasil por meio de soluções relevantes no cotidiano dos nossos segurados. Queremos promover o acesso a benefícios, serviços e experiências que muitas vezes não estariam ao alcance de grande parte da população", afirma Mateus.

Esse ecossistema permite levar mais cuidado, orientação, acolhimento e proteção, especialmente para pessoas que muitas vezes encontram dificuldades para acessar esses recursos de forma individual. Os próximos passos seguem a mesma direção: identificar novas necessidades do mercado e desenvolver soluções inovadoras que estendam ainda mais esse conjunto de benefícios, consolidando o PASI como referência em proteção, assistência, saúde e bem-estar.



**Continuaremos evoluindo nosso ecossistema com foco na geração de valor para segurados, empresas e corretores, mantendo o propósito de levar amparo, dignidade e proteção às famílias brasileiras em todos os momentos da vida”.**

**Mateus Ribeiro**  
Superintendente de Riscos e Dados do PASI



COM A PALAVRA



# A REVOLUÇÃO DA INTELIGÊNCIA

QUE IMPACTA POSITIVAMENTE A  
EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Christina Alfano – Sindicante Digital

**IMAGINE UM ECOSSISTEMA** bilionário, moderno na ponta da venda, mas que na hora de investigar uma fraude ainda depende de um modelo operacional fragmentado e manual. Informações vitais perdidas em e-mails, documentos espalhados em repositórios que não se conversam, monitoramento de SLA feito na base do 'olhômetro' e laudos técnicos sem qualquer padronização.

Esse cenário caótico não gera apenas dor de cabeça. Ele pressiona diretamente a eficiência do setor. Ele eleva os custos operacionais, esmaga as margens de lucro e, pior de tudo: deixa a porta aberta para a fraude.

Foi olhando para esse abismo operacional que nasceu o **Sindicante Digital**. Fomos a campo para observar como o trabalho dos analistas e parceiros era feito, com planilhas, e-mails, documentos, sem nenhuma integração.

Além da dificuldade operacional, nos deparamos com decisões tomadas com base em dados retroativos e fragmentados, sem um cockpit.

Então, desenvolvemos o Sindicante Digital para ser o cérebro da operação de sindicância, libertando nossos **clientes do papel, das planilhas e do esforço manual de consolidar resultados**.

Mas se olharmos de perto, essa história não é sobre tecnologia, planilhas ou processos. **Essa é uma história sobre a Experiência do Cliente.**

Afinal, o sinistro é o momento de maior vulnerabilidade para o cliente da seguradora. Ninguém aciona o seguro em um dia feliz. O cliente bateu o carro, teve a carga roubada ou a empresa inundada. Ele está fragilizado, frustrado e com pressa.

Ao darmos um cockpit de controle para a equipe, ao integrarmos os dados e eliminarmos o gargalo das planilhas, nós mudamos o jogo para o segurado de duas formas:

**1 - Empatia com Agilidade:** Quando o processo é fluido por trás das cortinas, a resposta para o cliente é rápida. O tempo de espera cai pela metade. A angústia do segurado é reduzida. Nós devolvemos a tranquilidade para ele no momento em que ele mais precisa.

**2 - Justiça e Confiança:** Ao combatermos a fraude com alta precisão e de forma cirúrgica, protegemos a saúde financeira do ecossistema. Isso significa que podemos pagar quem realmente precisa de forma muito mais rápida, sem tratar todo segurado honesto como um suspeito.

**Aprendemos que não  
existe boa experiência do  
cliente se a sua cozinha  
operacional estiver  
bagunçada. O Sindicante  
Digital organiza a cozinha  
para que o banquete  
servido ao cliente seja  
impecável.**

# ESTRATÉGIA COMERCIAL ATUALIZADA

Descentralização da gestão, visão de longo prazo e maior sinergia entre os atores da cadeia trazem agilidade e sustentabilidade aos negócios da Allcare



Desde novembro de 2025, **RICARDO KNUPP** vem liderando a reorganização comercial da companhia.

**A ALLCARE VEM PROMOVENDO** mudanças em sua estratégia comercial desde novembro de 2025, quando Ricardo Knupp assumiu a diretoria da área. A reorganização começou pela estrutura interna e avançou sobre a relação com operadoras e corretores.

Uma das primeiras medidas foi a criação de cinco superintendências regionais, responsáveis por Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo, Pernambuco, Norte e Nordeste e São Paulo. As estruturas ganharam autonomia para analisar as características de cada mercado e tomar decisões localmente.

“Cada filial opera em um mercado com características e demandas específicas junto às Operadoras e Canal Corretor. Meu papel é trazer sinergia nessa operação, facilitando o diálogo, viabilizando novas negociações e auxiliando para que todos olhem na mesma direção”.

A aproximação com as operadoras também levou a área comercial a trabalhar de forma mais integrada com Produtos e Contratos. “Tenho que estar próximo da operadora para desenvolver em conjunto produtos e condições que deem ao canal corretor acesso a um portfólio condizente”, diz.

Os resultados começaram a surgir em 2025 e avançaram em 2026. A Allcare ampliou o portfólio com dez novas operadoras e redesenhou cerca de 20 produtos de parceiros que já faziam parte da carteira.

“Temos grandes operadoras que impulsionam significativamente nosso resultado, mas nosso volume é um somatório de esforços e parcerias comerciais. A estratégia é ter capilaridade e não ficar concentrado em um único player”, afirma.

“

**Precisamos olhar para além da venda, cuidar da carteira e trabalhar a fidelização”.**

Ricardo Knupp

Knupp ressalta que crescer em vendas é apenas uma parte do negócio. “A venda não é um fim por si só. Precisamos olhar para além dela, observar o que acontece depois, cuidar da carteira e trabalhar a fidelização. Crescer acima do mercado na entrada, sim, mas também garantir a satisfação e, conseqüentemente, a permanência do cliente”.

“As parcerias atuais com a Unimed Natal, Unimed Vitória, Unimed BH, Unimed Recife e Unimed Fortaleza, demonstram essa estratégia. São os locais onde mantemos as nossas maiores estruturas físicas.”

No Rio Grande do Norte, a Allcare possui exclusividade na distribuição dos planos coletivos por adesão e PME boletado da Unimed Natal, cuja carteira atingiu recentemente 200 mil vidas. “As definições de produto e as estratégias dos mercados que queremos atingir são muito alinhadas com a operadora”.

No Espírito Santo, onde atua com a Unimed Vitória, a estratégia incluiu maior aproximação com o beneficiário. A administradora inaugurou no estado sua primeira unidade com atendimento direto ao público. Recentemente, a operadora comemorou novo recorde da carteira, que ultrapassou 450 mil beneficiários.

“O Rio de Janeiro também ganhou espaço. Temos uma Filial estruturada e a atuação está concentrada principalmente na parceria com a Unimed Leste Fluminense, com equipe dedicada em Niterói, próxima da operadora e dos corretores. A companhia iniciou ainda um projeto com a Samoc, que possui uma excelente jornada assistencial e alto índice de retenção, além de preparar uma parceria com a Unimed Nova Iguaçu. Sem revelar detalhes, Knupp afirma que o estado está nos planos de expansão da Allcare ainda este ano.”



**O corretor tem o termômetro da rua”.**

**Ricardo Knupp**

Para o executivo, o corretor ocupa posição central na estratégia e passou a participar também das discussões sobre produtos e condições comerciais. “O corretor tem o termômetro da rua. Ele entende o que o consumidor final está desejando”, avalia.

Knupp observa ainda uma mudança no perfil desses profissionais, que passaram a investir em mídia, tecnologia e inteligência artificial. Mas, o fundamental, para ele é o acompanhamento do cliente após a venda. “O corretor não pode simplesmente entregar a venda e ir para a próxima. Aquele que acompanha essa jornada consegue estruturar uma carteira consistente, gerar indicações e fortalecer sua imagem no mercado”, finaliza ■

# MASSIFICAÇÃO ACCELERADA

Combinando simplificação, digitalização e proximidade comercial, AXA no Brasil amplia canais de distribuição, presença regional e acesso a soluções de proteção para diferentes perfis de empresas



**LUCIANO CALHEIROS:** massificação não é simplesmente vender mais seguros

**A AXA NO BRASIL ENTRA** em uma nova etapa de sua estratégia de crescimento com a aceleração do plano de massificação, movimento que vem sendo estruturado nos últimos dois anos e ganha ainda mais força em 2026. Mais do que ampliar volumes, a companhia busca criar as condições para levar seu portfólio a um número maior de empresas, corretores e regiões, combinando escala, eficiência e proximidade.

Na prática, massificar, para a AXA, significa tornar produtos e processos mais simples, facilitar a entrada e a operação de novos parceiros e ampliar a capilaridade da companhia. A estratégia responde a um mercado cada vez mais digitalizado e a uma oportunidade ainda relevante de ampliar a penetração do seguro no país. Ao mesmo tempo, parte do entendimento de que diferentes regiões e perfis de parceiros exigem modelos de relacionamento adequados às suas realidades.

A digitalização é um dos principais habilitadores desse movimento. O Canal Digital vem sendo utilizado como uma porta de entrada para novos corretores, permitindo maior autonomia e agilidade na operação e facilitando o acesso ao portfólio da seguradora. A tecnologia, porém, não substitui a proximidade comercial. A estratégia combina ferramentas digitais com equipes especializadas e uma nova organização dos canais, estruturada para oferecer atendimento mais direcionado aos diferentes perfis de parceiros.

Um dos exemplos mais concretos dessa transformação está na estratégia para Assessorias. Depois de criar, em 2024, a estrutura de Canais Especiais e testar o modelo ao longo de 2025, a AXA decidiu integrar o atendimento das Assessorias ao Canal Varejo em 2026. No projeto-piloto, a companhia atendeu 29 Assessorias e oito Grupos de Corretores, com crescimento de cerca de 30% nos prêmios emitidos. A nova configuração busca ampliar a escala do canal e abrir as portas da AXA para quase 5 mil corretores que anteriormente não trabalhavam com a companhia.

A expansão também acontece por meio de uma presença regional mais ativa. Em 2026, os Roadshows da AXA passaram por diferentes praças, como Curitiba, Blumenau, Goiânia e Ribeirão Preto, aproximando a

companhia de corretores locais e criando espaços para apresentar oportunidades de negócio, ouvir o mercado e adaptar a estratégia às características de cada região. O movimento reforça uma premissa importante da massificação: ganhar escala não significa oferecer uma experiência uniforme, mas criar uma estrutura capaz de reproduzir a qualidade da operação mantendo a proximidade com os parceiros.



**Quando falamos em massificação, não estamos falando simplesmente em vender mais seguros. Estamos falando em criar as condições para que mais empresas, de diferentes portes e em diferentes regiões do país, possam ter acesso à proteção. Para isso, precisamos simplificar produtos e processos, usar a tecnologia para ganhar agilidade e, ao mesmo tempo, estar cada vez mais próximos dos nossos parceiros. A escala só faz sentido se vier acompanhada de qualidade e relevância local. É essa combinação entre eficiência, capilaridade e proximidade que está orientando a evolução da AXA no Brasil”.**

**Luciano Calheiros**

Vice-Presidente Comercial, Marketing e Experiência do Cliente da AXA no Brasil

O mesmo princípio orienta a criação de um canal comercial dedicado às cooperativas. Oficializada no primeiro trimestre de 2026, a estrutura busca ampliar a capilaridade da AXA e utilizar a presença das cooperativas para levar soluções de proteção a um público mais diversificado, respeitando a lógica de proximidade, confiança e pertencimento característica desse ecossistema.

A estratégia, portanto, não se limita à distribuição de produtos massificados. Ela envolve uma transformação na forma de a AXA chegar ao mercado: com processos mais simples, maior uso de tecnologia, novos canais, presença regional e uma estrutura comercial capaz de atender diferentes perfis de parceiros. O objetivo é ampliar o acesso ao seguro sem abrir mão da capacidade técnica e da qualidade do relacionamento que fazem parte da proposta de valor da companhia. ■

A **APet** convida Corretores, Varejistas, Instituições Financeiras, Marketplaces, entre outras empresas, a se juntarem a nós no propósito de democratizar o acesso a saúde e cuidados de qualidade aos Pets.

Oportunidade de monetizar a base de clientes e afinidade com a oferta de planos de saúde pet.

Basta entrar em contato conosco através do e-mail: [comercial@apetsaude.com.br](mailto:comercial@apetsaude.com.br) e falar com nosso time.



**A APet está a 12 anos atuando neste mercado e é uma das referências deste setor.**



**a.pet**

Embarque conosco nesta jornada com a APet.

# MAIS DE 100 MIL PETS PROTEGIDOS

Com 12 anos de atuação, APet fortalece modelo de gestão, amplia ecossistema de serviços e consolida presença nacional na proteção de cães e gatos



**LUIZ GÊNOVA:** expandir é importante, mas o crescimento precisa acontecer com responsabilidade e consistência.

**A APET, EMPRESA ESPECIALIZADA** em soluções de saúde e proteção para cães e gatos, vem ampliando sua presença no mercado brasileiro a partir de uma estratégia que combina planejamento, tecnologia, eficiência operacional e governança corporativa. Nos últimos seis anos, a companhia registrou crescimento médio anual de 55%, mantendo uma trajetória consistente de expansão.

Atualmente, mais de 100 mil pets estão protegidos pelas soluções oferecidas pela empresa. Com atuação nacional, a APet disponibiliza atendimento por meio do modelo de livre escolha e conta com o apoio de uma rede parceira formada por mais de 1,6 mil clínicas veterinárias.

O ecossistema de serviços da companhia inclui planos de saúde veterinários, teleconsulta pet, tag localizadora, clube de vantagens e jornadas digitais desenvolvidas para tornar o acesso aos cuidados veterinários mais simples, ágil e eficiente para os tutores. Com 12 anos de mercado, a corporação estruturou seu modelo de gestão com base em planejamento estratégico, acompanhamento permanente de indicadores e disciplina na execução.

A empresa também realiza investimentos contínuos em tecnologia, buscando aprimorar seus processos e proporcionar uma jornada de atendimento capaz de gerar segurança, conveniência e encantamento aos clientes.

As soluções da APet foram desenvolvidas para apoiar os tutores nos cuidados cotidianos com seus cães e gatos, facilitando o acesso a serviços veterinários e a recursos complementares de proteção. O modelo de livre escolha oferece maior autonomia aos clientes, enquanto a rede parceira de clínicas veterinárias amplia as possibilidades de atendimento. Recursos como teleconsulta, jornadas digitais e tag localizadora complementam a cobertura e contribuem para uma experiência integrada.

Além da expansão da base de pets protegidos, a companhia acompanha indicadores relacionados à satisfação dos tutores, à qualidade da experiência oferecida e à eficiência operacional. Esse monitoramento

permite que as decisões sejam tomadas de maneira estruturada, apoiando o crescimento sustentável do negócio. Em um ambiente empresarial marcado por juros elevados, complexidade tributária, mudanças regulatórias, aumento do custo de capital e consumidores mais exigentes, crescer de maneira organizada tornou-se um dos principais desafios das empresas brasileiras.

Para Luiz Gênova, CEO da APet, o crescimento empresarial precisa estar associado à geração de valor e à qualidade da experiência entregue aos clientes.

“

**Expandir é importante, mas o crescimento precisa acontecer com responsabilidade e consistência. Na APet, combinamos planejamento estratégico, governança, tecnologia e disciplina operacional para acompanhar cada etapa da nossa evolução. Nosso compromisso é crescer de forma sustentável, mantendo a eficiência do negócio e, principalmente, proporcionando uma experiência de cuidado, segurança e encantamento aos tutores e aos seus pets”.**

**Luiz Genova**  
CEO da APet

JUNTOS, EM CADA  
HISTÓRIA, PARA  
CUIDAR E

*acolher*

Esse é o Jeito MAG de Ser.



## MAG. ELEITA A MELHOR EMPRESA PARA TRABALHAR NO RIO.

Somos a MAG, a seguradora de 7,6 milhões de pessoas e bicampeã do Great Place To Work Rio de Janeiro.

Uma empresa feita de gente, movida pelo propósito de cuidar e transformar vidas. Um jeito de ser que começa dentro de casa, com colaboradores, parceiros, corretores e clientes.

Porque lembrar o valor da vida é o Jeito MAG de Ser.  
#OrgulhoDeSerMAG

Melhores  
Empresas Para  
Trabalhar™  
no Rio de Janeiro

Great  
Place  
To  
Work.

BRASIL  
2026



QUER SER MAG?

# O FUTURO É MAG

7,6 MILHÕES  
MILHÕES DE  
CLIENTES

18,2%  
CRESCIMENTO MÉDIO  
AO ANO (CAGR)\*

R\$ 4 BI  
BENEFÍCIOS  
PAGOS\*\*

+ 6.900  
CORRETORES  
PARCEIROS

\*Vida: projetada pela MAG e a Jacob Seguradora. \*\*Crescimento médio dos últimos 5 anos. \*\*\*Benefícios pagos nos últimos 5 anos.

# 12 ANOS DE TRAJETÓRIA



**Grupo A12+** marca os 12 anos de história com evento no Espírito Santo que reuniu importantes nomes para a empresa.

## Encontros realizados nos dias 20 e 21 de agosto marcaram o aniversário do Grupo A12+ e reforçaram vínculos construídos ao longo de uma jornada pautada por expansão, parceria e desenvolvimento do setor de seguros

**O GRUPO A12+**, empresa com mais de 270 corretoras associadas, mais de 100 mil clientes e com a marca de mais de R\$ 1 bilhão em vendas, celebrou 12 anos de atuação com uma agenda especial em Vitória, no Espírito Santo. Os dois dias de celebração reuniram integrantes, associados, parceiros e convidados em momentos de confraternização, espiritualidade e relacionamento, simbolizando mais uma etapa de uma trajetória iniciada pela união de corretoras de seguros de diferentes regiões brasileiras.

A programação teve início no dia 20 de agosto, às 16h, no Quiosque Clericot Café, localizado na Enseada do Suá. O encontro aconteceu em um ambiente descontraído, à beira-mar, e abriu oficialmente as atividades comemorativas. No dia 21, os convidados participaram, pela manhã, de um culto na Catedral Metropolitana de Nossa Senhora da Vitória, no Centro da capital capixaba, regido pelo diácono, Pedro Trindade, com a participação do Renner Fidelis, presidente do Grupo A12+. A cerimônia proporcionou um momento de reflexão e agradecimento pela caminhada construída durante os 12 anos de existência. À noite, a agenda foi encerrada na Casa Mizzi. A confraternização reuniu os participantes em um ambiente voltado à convivência, integração e valorização dos laços formados ao longo da história do Grupo.

Mais do que registrar uma data comemorativa, as atividades evidenciaram princípios presentes desde a formação do Grupo A12+, entre eles ética, transparência, excelência, unidade, lealdade e eficiência. Esses valores

sustentaram a relação entre sócios cotistas, partners, colaboradores e os executivos das seguradoras.

Para o presidente do Grupo A12+, Renner Fidelis, a empresa contribui para o desenvolvimento prático dos corretores de seguros.



**O Grupo A12+ compartilha conhecimento, capacita colaboradores e apoia a atuação em novos ramos através das suas atividades e da universidade corporativa. Também proporciona acesso à mesa de frotas, ao universo corporativo por meio da A12 Corporate e do Programa Partners. Com essas iniciativas, ajudamos os corretores a fortalecer seus negócios e a cumprir seu propósito de proteger pessoas e famílias”.**

**Renner Fidelis**  
CEO do Grupo A12+

Criada por 12 sócios, a organização ampliou sua presença ao longo dos anos. Hoje conta com 16 cotistas e incorporou o sinal “+” à identidade como representação de continuidade, crescimento e novas possibilidades. O Grupo passou a atuar em todas as regiões do país e consolidou sua posição entre relevantes estruturas voltadas à corretagem de seguros e soluções financeiras.

Um dos sócios fundadores do Grupo A12+, Armando Vergílio dos Santos, relembrou o início da jornada do Grupo A12+, desde a sua fundação.

“

**Doze anos após a nossa fundação, compreendemos o significado da marca, multiplicamos nossa essência muito além das projeções iniciais. Recordo-me da nossa primeira reunião, em 2014, no Espírito Santo. Naquela época, o projeto ainda era um esboço, um esforço coletivo de estruturação que, com o passar dos anos, tomou a robustez que vemos hoje. Uma representação perfeita da colaboração, da resiliência e do suporte mútuo que pautam a nossa trajetória”.**

**Armando Vergílio dos Santos**  
Sócio fundador do Grupo A12+

O Conselheiro e Consultor Estratégico da Porto, Rivaldo Leite, explicou que o grupo começou com um número menor de corretores e cresceu graças à união e ao comprometimento de todos.

“

**Tenho muito orgulho de ter participado dessa história. Esse crescimento não aconteceu apenas em seguros. O grupo também conquistou espaço em consórcios, financiamentos, saúde, previdência e serviços. Isso mostra o quanto está alinhado com a filosofia e os objetivos da Porto. Hoje, o corretor precisa atuar de forma múltipla, com uma visão mais ampla dos negócios. O Grupo A12+ compreendeu essa transformação e consegue transmiti-la aos seus parceiros. Por isso, encaixa-se muito bem nos planos da Porto, e tem tudo para continuar crescendo”.**

**Rivaldo Leite**  
Conselheiro e Consultor Estratégico da Porto

Orientado pelo propósito de construir perenidade, o Grupo A12+ adotou o conceito de atuação “muito além do seguro”, direcionando esforços à proteção de pessoas, patrimônios e negócios, além de estimular o crescimento sustentável das corretoras integrantes do Grupo.

O diretor executivo de Produtos Massificados da Tokio Marine Seguradora, Marcelo Goldman, falou sobre o crescimento da companhia entre 2011 e 2026, e o quanto o Grupo A12+ colaborou para o avanço da companhia no Brasil.



**A Tokio Marine, em 2011, era uma companhia de R\$ 1,6 bilhão de produção. E está fechando agora, em 2026, provavelmente em torno de R\$ 15 bilhões. Foi um crescimento maravilhoso, e o Grupo A12+ contribuiu muito para a nossa evolução. Nós fomos uma das primeiras companhias a fechar o contrato de remuneração do Grupo A12+. Somos muito gratos e aproveitamos para comemorar essa data especial, em Vitória”.**

**Marcelo Goldman**

Diretor executivo de Produtos Massificados da Tokio Marine

Ao completar 12 anos, o Grupo A12+ reafirmou uma história fundamentada na cooperação, na confiança e na construção coletiva. A celebração realizada em Vitória marcou mais um capítulo dessa trajetória, valorizando as relações que sustentam o desenvolvimento do Grupo e renovando o compromisso com a construção de novas oportunidades para o futuro. ■



Sindicante  
Digital

**Otimize sua  
investigação de  
sinistros com o  
Sindicante Digital!**

**Transforme dados em informações úteis para  
decisões rápidas e precisas.**

- Reduza o tempo de análise em até 53%.
- Aumente a satisfação da sua equipe para 94%.
- Ambiente 100% online, integrado e interativo.

**Experimente agora mesmo e  
eleve a eficiência da sua  
investigação de sinistros!**

#pessoas #digital #insurtech



Visite nosso site:

<https://sindicantedigital.com/>

o que as pessoas  
**andam pesquisando**  
sobre seguros?



**unimed** *tokio marine corretor*  
**seguro celular**

*seguro de carro* *bradesco*

*seguro prestamista o que é*  
*seguro auto* *seguro de vida*

*porto seguro*

*porto* *seguro cred*  
*seguro defeso*  
**icatu seguros**

*porto seguro corretor*  
*seguro viagem*  
*hdi seguros*



Conhecimento • Estratégia • Governança

# Soluções em Proteção Patrimonial Mutualista e Seguros

O novo ambiente regulatório exige organizações preparadas para atuar com segurança, governança e conformidade

Na **Conhecer Seguros** transformamos requisitos regulatórios em soluções práticas para fortalecer organizações. Conte com especialistas com atuação em regulação, gestão e desenvolvimento institucional.

## NOSSAS SOLUÇÕES INCLUEM:

- Diagnóstico organizacional
- Estruturação da governança
- Desenho de processos
- Instrumentos contratuais
- Estruturação de produtos
- Gestão de riscos
- Adequação regulatória
- Capacitação de equipes

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

Agende uma conversa com nossa equipe.

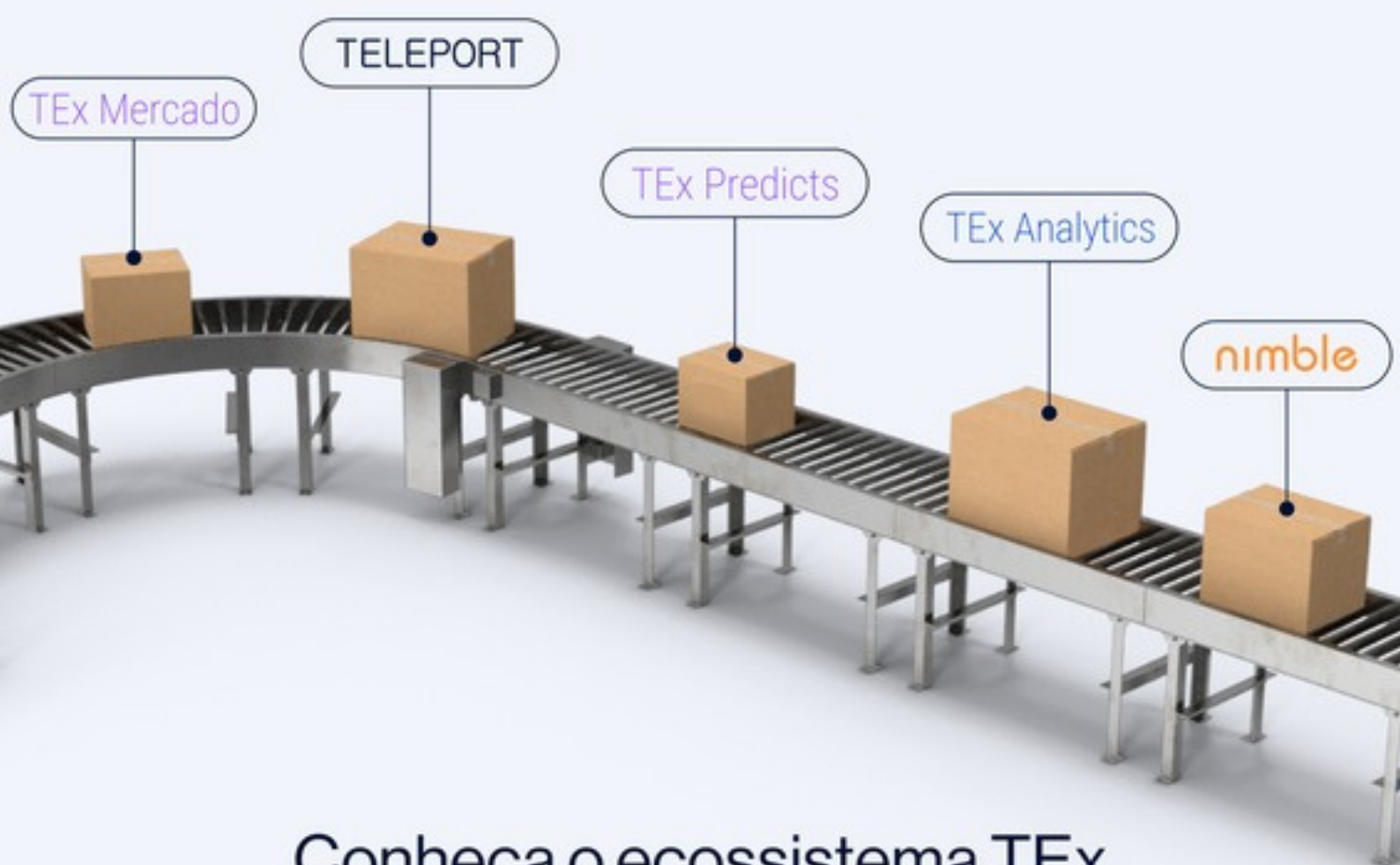


(11) 94303-4563



[consultoria@conhecerseguros.com.br](mailto:consultoria@conhecerseguros.com.br)

# Temos tudo para sua operação acontecer



Conheça o ecossistema TEx  
para o Mercado de Seguros