Na abertura do evento, Susep destacou inovação como peça central para ampliar a proteção diante das catástrofes climática



Fotos: Insurtech Brasil 2026 - confira o álbum completo em https://app.insurtechbrasil.com *ou* https://insurtechbrasil.com.br/2026/fotos

Com mais de 1,5 mil participantes no Expo Center Norte, em São Paulo, o Insurtech Brasil 2026, realizado no dia 28 de maio, reforçou sua posição como principal encontro de tecnologia, inovação em seguros e canais de distribuição do país. Em sua 9ª edição, o evento reuniu seguradoras, empresas de tecnologia, plataformas digitais, fintechs, investidores e lideranças do setor para discutir os caminhos da transformação do mercado de seguros.

O evento teve como destaque, na abertura, a participação da Susep, representada pelo superintendente Alessandro Octaviani, na palestra “Overview Regulatório 2026: Perspectivas para o Mercado de Seguros”. Octaviani defendeu que a inovação tecnológica deve ocupar papel central na expansão do setor e na construção de um mercado mais acessível, eficiente e conectado às necessidades da sociedade brasileira.

Segundo o superintendente, o Brasil ainda enfrenta baixa penetração do seguro em eventos de grande impacto, especialmente catástrofes climáticas. Ao citar as enchentes no Rio Grande do Sul, lembrou que o mercado de seguros pagou cerca de R$ 6 bilhões em indenizações diante de prejuízos estimados entre R$ 90 bilhões e R$ 100 bilhões, evidenciando a necessidade de ampliar significativamente a proteção securitária no país. “O mercado de seguros foi rápido, ágil, eficiente, cumpriu tudo o que tinha que cumprir, mas socialmente ainda foi insuficiente para a escala daquilo que aconteceu”, afirmou.

Para Octaviani, o seguro deve ser tratado como uma infraestrutura essencial ao equilíbrio

econômico do país, o que exige maior integração entre regulação, inovação e tecnologia. “Não dá para fazer esse tipo de grande política nacional sem muita tecnologia, sem muita capacidade de busca de eficiência. Nós temos que lidar com empresas de alta capacidade tecnológica, cujo DNA seja o da informação”, destacou.

A programação da manhã trouxe ainda uma análise internacional sobre os impactos da inteligência artificial no setor. Em palestra conduzida por Juan Mazzini, CEO global da Celent e cofundador do AI Forum, o executivo defendeu que a tecnologia já deixou de ser uma limitação para o mercado e passou a exigir uma revisão profunda dos modelos operacionais das empresas. Segundo ele, a adoção da inteligência artificial precisa estar ligada a resultados concretos de negócio, e não apenas ao entusiasmo gerado por novas ferramentas.

“Inovação só ganha escala quando está ligada a resultados mensuráveis. Não se trata de usar tecnologia porque ela é interessante, mas de entender como ela melhora o negócio, reduz tempo, aumenta eficiência e melhora a experiência do cliente”, destacou Mazzini, ao reforçar que o desafio das companhias agora está menos na tecnologia disponível e mais na capacidade de adaptação dos modelos operacionais.

Na sequência, o painel “Tendências e Inovações na Voz das Lideranças do Mercado”, moderado por José Prado, CEO do Insurtech Brasil, reuniu Alfredo Lalia, CEO da Sompo; Marcos Couto, CEO da Alper Seguros; e novamente Juan Mazzini para discutir os avanços e desafios da inovação no mercado de seguros.

Entre os principais consensos do debate esteve a percepção de que a inteligência artificial ainda é utilizada predominantemente para ganhos de eficiência operacional, enquanto transformações mais profundas em produtos, experiência do cliente e distribuição seguem avançando de forma gradual. Marcos Couto chamou atenção para a necessidade de simplificar processos antes da adoção de novas tecnologias e criticou a permanência de etapas burocráticas ainda pouco digitalizadas no setor. “Não adianta implantar tecnologia em um fluxo ruim. Primeiro você revisa o fluxo, simplifica, e aí implanta tecnologia”, afirmou.

Alfredo Lalia compartilhou experiências da Sompo na aplicação prática da inteligência artificial, especialmente em automação de subscrição e ganho de produtividade, ressaltando que a tecnologia já contribui para reduzir tempo operacional e acelerar processos internos. O executivo também defendeu que a evolução tecnológica precisa caminhar junto à melhoria da experiência do cliente e ao fortalecimento da gestão de riscos.

Já Juan Mazzini ponderou que, embora ainda existam desafios relevantes, o Brasil é frequentemente visto internacionalmente como referência em inovação no setor financeiro e reúne condições para ampliar seu protagonismo também no mercado de seguros, especialmente diante do avanço das tecnologias aplicadas à distribuição, precificação e prevenção de perdas.

Um painel dedicado à inteligência artificial aplicada ao mercado de seguros aprofundou discussões sobre segurança, governança, integração tecnológica e o papel dos chamados agentes de IA nas operações das empresas. O debate reuniu executivos de seguradoras, corretoras e empresas de tecnologia, incluindo representantes da MAPFRE, Porto, Tokio Marine, Grupo MAG e Brick, reforçando que o principal desafio do setor já não é mais o acesso à tecnologia, mas sua adoção efetiva diante de estruturas legadas, exigências regulatórias e necessidade de integração entre plataformas.

Os participantes também discutiram o impacto da inteligência artificial na rotina de seguradoras e corretoras, reforçando que o futuro tende a combinar automação de tarefas operacionais com uma atuação humana cada vez mais consultiva e orientada à gestão de risco. Entre os exemplos apresentados estiveram aplicações ligadas à automação de processos, análise de dados, produtividade comercial e aceleração da jornada do cliente, evidenciando como grandes grupos do mercado já vêm incorporando IA às operações. Para os debatedores, o corretor deverá ampliar seu papel como orquestrador de soluções e consultor especializado, à medida que processos repetitivos

se tornam automatizados.

Ao longo do restante da programação, o Insurtech Brasil 2026 ampliou o debate sobre os diferentes caminhos da transformação do mercado de seguros, reunindo representantes de seguradoras, resseguradoras, plataformas digitais, bancos, empresas de tecnologia, consultorias, fintechs, corretoras e especialistas em dados, regulação e inovação.

Nas salas simultâneas, os painéis aprofundaram temas ligados à distribuição digital, embedded insurance, MGAs, subscrição, meios de pagamento, sinistros, inteligência artificial, dados e experiência do cliente, reunindo executivos de companhias como Porto, Tokio Marine, MetLife, Prudential, Zurich, Sompo, Bradesco Vida e Previdência, Brasilprev, AXA, Swiss Re e SulAmérica, além de empresas de tecnologia e dados como Serasa Experian, Guidewire, Brick, FICO, Taktile, Adyen, .add e InsureMO.

O avanço do seguro embarcado e das novas parcerias de distribuição esteve entre os assuntos centrais, com executivos do C6 Bank, Prudential, MetLife, Sem Parar, RecargaPay e Telefônica Corretora debatendo o papel de plataformas, e-commerce, meios de pagamento e bancos digitais na ampliação do acesso à proteção securitária.

A evolução das MGAs também ganhou espaço relevante na programação, com discussões envolvendo executivos de empresas como Split Risk, Alba Seguradora, Azos, Munich Re e Pottencial Seguradora sobre estruturação de operações, desafios regulatórios, crescimento sustentável, capitalização e resseguro.

Em tecnologia, os debates reforçaram a consolidação da inteligência artificial como ferramenta prática de eficiência operacional, automação e tomada de decisão. Lideranças da Sompo, Tokio Marine, Porto, AXA, Grupo MAG e Bradesco Seguros discutiram aplicações ligadas à automação de sinistros, modernização de sistemas, arquitetura de dados, APIs, cloud-native, hiperpersonalização e redução de churn.

A agenda também dedicou espaço relevante a segmentos específicos do mercado, incluindo vida e previdência, benefícios corporativos e seguro agro, com a participação de executivos da MetLife, Brasilprev, Bradesco Vida e Previdência, SulAmérica, Zurich, Swiss Re e Alper Seguros para discutir prevenção à fraude, scoring, mudanças climáticas, saúde corporativa e novas formas de análise de risco.

Além dos painéis executivos, o evento abriu espaço para startups e empresas emergentes apresentarem soluções voltadas à digitalização da jornada do cliente, comunicação, engajamento, eficiência operacional e novas formas de distribuição, reforçando o papel do Insurtech Brasil como ambiente de geração de conexões, troca de conhecimento e desenvolvimento de negócios.

Além do conteúdo, o Insurtech Brasil 2026 contou com uma feira de exposições reunindo patrocinadores, empresas de tecnologia, plataformas e provedores de soluções para o mercado de seguros, ampliando o espaço para demonstrações, networking e geração de negócios. Ao longo do dia, os participantes também tiveram momentos dedicados ao relacionamento, incluindo coffee breaks, almoço e happy networking, reforçando a proposta do evento de promover conexões estratégicas entre seguradoras, distribuidores, empresas de tecnologia, fintechs e demais agentes do ecossistema.

Para José Prado, CEO do Insurtech Brasil, a edição de 2026 reforçou o amadurecimento do encontro como ambiente de negócios e construção de soluções para o mercado. “O Insurtech Brasil tem justamente o objetivo de conectar quem regula, quem desenvolve tecnologia, quem distribui e quem opera o mercado. O que vimos nesta edição foi um debate cada vez mais maduro, focado não apenas em tendências, mas na implementação prática da inovação”, afirma.

Juliana Montez, CEO da Pluvon e organizadora do encontro, destacou o sucesso da edição de 2026 e a qualidade do público presente. “Tivemos uma edição extremamente forte, com mais de 1,5 mil

participantes, debates consistentes e presença de executivos que estão liderando transformações reais dentro do mercado. O Insurtech Brasil vem amadurecendo junto com o setor e hoje é um ambiente de negócios, relacionamento e construção de soluções para o futuro dos seguros", afirma.

A edição de 2026 reforçou a consolidação do Insurtech Brasil como ponto de encontro entre tecnologia, mercado de seguros e canais de distribuição, refletindo um setor cada vez mais orientado por inovação, colaboração e escala.

Fonte: RUCO, em 01.06.2026