Evento organizado pela Baeta Assessoria sinaliza para profunda transformação do setor de seguros, especialmente para o corretor, a partir da inovação promovida principalmente pela inteligência artificial



O sucesso do TRENDS 26 repercutiu em todo Brasil: 400 participantes no Museu do Amanhã, RJ, e 4.500 participantes através da TV Baeta/YouTube – Foto: Rafael Wallace

Seguros auto, de vida e corporativos, planos de saúde, consórcios e tecnologia, foram os temas do Trends 2026: Futuro e tendências do mercado de seguros, evento promovido pela Baeta Assessoria e realizado no dia 2 de junho no auditório do Museu do Amanhã, no centro do Rio de Janeiro. Vinte e cinco especialistas debateram para um público presente de 400 pessoas e 4.500 espectadores online que participaram do Trends em tempo real pelo canal da TV Baeta, no YouTube. Foram cerca de 4 mil do início ao término do evento. "Cumprimos nosso objetivo. Debatemos tendências que desenharão um novo mercado de seguros, onde a tecnologia dará as cartas, mas também com muita governança e comprometimento de todos os atores do mercado", destacou o diretor da Baeta Assessoria, João Arthur Baeta Neves.

Prestigiando o evento, o diretor de produtos da Icatu Seguros, Antônio Carlos Almeida Braga, exaltou o evento e a importância dos temas abordados nos painéis definindo-os "superpetinentes" com mundo atual. "Discutimos aqui distribuição, produto e tecnologia, temas muito atuais e que agregam muito para nós da Icatu para enriquecer sempre a nossa busca constante por melhorar nossos produtos", pontuou Braga.

Os seis painéis foram mediados João Arthur Baeta Neves, CEO da Segbox e diretor da Baeta Assessoria, e por Monique Costa, gerente da Baeta.

Corretores valorizados - O Trends 2026 apresentou as principais tendências que devem moldar o futuro do mercado de seguros, tendo o corretor como protagonista em todas as transformações discutidas. No seguro auto, a expansão da proteção para os milhões de veículos ainda sem cobertura, aliada ao avanço dos carros elétricos, da conectividade e do uso de dados, reforça a importância do corretor como consultor capaz de orientar os clientes na escolha das soluções mais adequadas.

No seguro de vida, o aumento da longevidade e a ampliação das coberturas criam novas

oportunidades de crescimento para o setor. Nesse cenário, o corretor assume papel fundamental na conscientização dos consumidores, na simplificação da linguagem e na identificação das necessidades de proteção ao longo das diferentes fases da vida.

Em planos de saúde, a busca por mais agilidade, personalização e inovação tecnológica fortalece a atuação do corretor como elo entre clientes e operadoras, contribuindo para uma experiência mais eficiente e alinhada às expectativas do consumidor.

Nos seguros corporativos, temas como mudanças climáticas, inteligência artificial, telemetria e prevenção de riscos evidenciam a relevância do corretor na coleta de informações, na consultoria especializada e no desenvolvimento de estratégias que agreguem valor às empresas.

Já no consórcio, o profissional amplia sua atuação e passa a ser visto como um consultor financeiro, apoiando clientes em decisões de planejamento patrimonial. Em tecnologia, a inteligência artificial surge como uma aliada para potencializar a produtividade e a capacidade de relacionamento dos corretores. Em todos os segmentos, ficou evidente que o crescimento sustentável do mercado passa pela valorização do corretor, profissional que conecta inovação, proteção e necessidades dos clientes.

Painelistas – AUTO: Alex Dias, CEO Usebens; Ana Bokel, diretora de produto auto da Allianz; Emanuel Nascimento, superintendente executivo da Bradesco Seguros; Eduardo Grillo, diretor executivo comercial da Suhai e Suzane Rodrigues, gerente de produto Auto da Porto. VIDA :Rosangela Spak, superintendente executiva da Tokio Marine; Milena Viana, diretora comercial da Metlife; Marcelo Oliveira, diretor comercial regional RJ-ES da Icatu; Cesar Hartmannm diretor comercial da Allianz. SAÚDE: Denise Carvalho, diretora comercial da SulAmérica; Cadu Martins, diretor comercial massificado AMIL; Fábio Luiz Maia, diretor comercial da ASSIM; Maurício Rocha, superintendente senior da Bradesco e Sandro Reis, gerente de produto da Porto. CORPORATIVO: Diego Alves, gerente de riscos de engenharia da Yelum; Leandro Mihara, diretor de transportes da Allianz e Livia Prata, diretora de frota da Allianz. CONSÓRCIO: Humberto Mazzotti, diretor comercial da Rodobens; Lucas Cristino Silva, coordenador de desenvolvimento comercial E&F e consórcio da Porto e Karine dos Santos, coordenadora comercial de varejo da Porto. TECNOLOGIA: Eduardo Vieira, superintendente executivo de soluções digitais e qualidade da Icatu e Taylane Thomaz, gerente de marketing da Segbox.

O evento está disponível na TV Baeta, YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=YfyCEKfQBIo . A revista Insurtalks, trará a cobertura completa entre os dias 8 e 12/06 no site da revista: insurtalks.com.br.

Sobre a Baeta

Com 29 anos de história, a Baeta foi criada para prestar atendimento comercial, técnico e operacional aos corretores de seguros por meio de uma estrutura organizacional estrategicamente distribuída em escritórios no Rio de Janeiro, Niterói, Volta Redonda, Campos dos Goytacazes, Angra dos Reis, São Paulo e Vitória, dando suporte a mais de nove mil corretores em todas as regiões do Brasil. Considerada no mercado como à maior assessoria de seguros do país, atua em todos os ramos de seguros e representa as principais seguradoras e operadoras do Brasil.

Fonte: VTN, em 05.06.2026