Executivos do Grupo abordaram inteligência artificial, distribuição, equidade e evolução do seguro de vida durante os dias do evento



Helder Molina, CEO e Chairman do Grupo MAG, durante o Painel de Líderes, com Breno Gomes (CEO da MetLife Brasil),
André Lauzana (CEO da XP Seguridade) e Gustavo Dória Filho (fundador e CEO do CQCS) - Foto: Divulgação Grupo MAG

A MAG marcou presença no CQCS Inovação 2026, realizado nos dias 4 e 5 de novembro, no Transamerica Expo Center, em São Paulo (SP), com executivos em debates sobre os desafios e as transformações do mercado segurador. Sob o tema “Transformando o Seguro”, o evento reuniu lideranças, seguradoras, corretores, insurtechs e empresas de tecnologia para discutir tendências, oportunidades e o futuro do setor. Ao longo da programação, representantes do Grupo compartilharam experiências e perspectivas sobre como combinar inovação, estratégia de negócios e relacionamento humano para acompanhar as novas necessidades dos consumidores.

Tecnologia e relacionamento humano na distribuição

Na discussão sobre o papel da tecnologia na distribuição de seguros, **Marcio Batistuti, diretor Comercial Varejo do Grupo MAG,** participou do painel **“Tecnologia Fortalecendo o Diferencial Humano do Corretor”,** ao lado de Luciano Calheiros, VP Comercial, Marketing e Experiência do Cliente da AXA Brasil, e Paulo Ricardo Costa, diretor-executivo de Distribuição da Zurich Seguros**.** O executivo discutiu como a ampliação do portfólio de seguros e a diversidade de perfis e necessidades dos consumidores exigem uma atuação cada vez mais consultiva dos corretores.

“A capacidade de orientação do corretor também deve acompanhar esse cenário. A tecnologia e a inteligência artificial podem assumir uma série de tarefas operacionais, desde a preparação de

informações até o acompanhamento posterior. Assim, o profissional ganha tempo para fazer aquilo que é essencialmente humano: ouvir, compreender o contexto, construir confiança e ajudar o cliente a tomar decisões", afirmou Batistuti.



Luciano Calheiros, Marcio Batistuti e Paulo Ricardo Costa (Foto: Divulgação Grupo MAG)

Gê Coelho, líder de Relações Institucionais da Favela Seguros, participou do painel "**Equidade como Ferramenta de Fortalecimento do Seguro"**, ao lado de Patrícia Coimbra (diretora de Gente & Cultura da Porto) e Thereza Moreno (sócia da TM Consultoria). O debate abordou a necessidade de o mercado avançar da diversidade para o reconhecimento de diferentes realidades sociais como legítimas destinatárias de proteção. Gê destacou a importância de ampliar a inclusão securitária e superar percepções que associam territórios de maior vulnerabilidade à ausência de patrimônio ou à inviabilidade de negócios. Segundo ele, reconhecer o potencial econômico e social dessas comunidades é um passo fundamental para ampliar o alcance da proteção financeira.

"A favela não é apenas um mercado a ser alcançado, mas um território que produz patrimônio, conhecimento e soluções. Precisamos superar a visão que enxerga esses espaços apenas pela ótica do risco e reconhecer seus moradores como sujeitos de proteção. A maior inovação do mercado segurador vai além da tecnologia: está em reconhecer que todas as pessoas são dignas de proteção financeira", defendeu Coelho.



(Foto: Divulgação Grupo MAG)

Liderança e perspectivas para o mercado segurador

Leonardo Lourenço, vice-presidente do Grupo MAG, participou da abertura do segundo dia do evento, em um momento dedicado às perspectivas de evolução do mercado segurador e ao papel das lideranças na construção do futuro do setor. Em sua participação, o executivo destacou a importância de acompanhar as mudanças no comportamento dos consumidores, explorar novas oportunidades de negócios e fortalecer a capacidade de adaptação das seguradoras diante de um cenário em constante transformação. A discussão também trouxe a inovação como um elemento estratégico para ampliar o alcance da proteção financeira e tornar o seguro cada vez mais presente na vida dos brasileiros.

“Um mercado de seguros mais forte depende da capacidade de evoluir, identificar novas oportunidades e responder às transformações da sociedade. A inovação precisa estar conectada à estratégia dos negócios e, principalmente, à ampliação da capacidade de levar proteção às pessoas”, afirmou Lourenço.



(Foto: Divulgação Grupo MAG)

A antecipação de tendências e a preparação para os desafios futuros foram os principais temas da apresentação de **Helder Molina, CEO e Chairman do Grupo MAG, nos Painéis de Líderes** , num bate-papo com Breno Gomes, CEO da MetLife Brasil; André Lauzana, CEO da XP Seguridade; e Gustavo Doria Filho, fundador e CEO do CQCS. O executivo compartilhou a visão da companhia sobre o papel da inovação na evolução dos negócios e apresentou ferramentas e iniciativas voltadas ao planejamento estratégico e à construção de cenários futuros.

Entre os exemplos estão o Foresight e o MAG 200, iniciativas que contribuem para explorar cenários e planejar as melhores estratégicas, e o MAGIA, programa da MAG que integra inteligência artificial, dados, capacitação e governança aos desafios do negócio. Molina também relacionou a capacidade de inovar à valorização das pessoas, destacando o reconhecimento da MAG como a melhor empresa para trabalhar no Brasil e a melhor no Rio de Janeiro (pelo segundo ano consecutivo) pelo ranking Great Place to Work (GPTW) 2026.

Ao abordar a evolução do conceito de proteção em vida, o CEO ressaltou a estratégia de ampliar a atuação da MAG para apoiar o bem-estar financeiro, emocional e físico das pessoas em diferentes etapas de suas trajetórias. “O futuro do seguro de vida não é retirar as pessoas da equação. É usar a tecnologia para ampliar a capacidade humana de cuidar. Queremos ser uma referência de proteção que esteja presente não apenas no momento da indenização, mas em todas as passagens importantes da vida”, ressaltou Molina.



(Foto: Divulgação Grupo MAG)

Seguro de vida em evolução constante

As transformações do seguro de vida também estiveram em pauta no painel**“Seguro de Vida em Evolução Constante”,** que contou com a participação de **Carice Weber, diretora-executiva Corporate da MAG,** ao lado de Amaury Pugliese, Chief Revenue Officer (CRO) da Provider IT, e Jefferson Silva, superintendente executivo de Varejo da CAIXA Vida e Previdência.

A executiva destacou como o aumento da longevidade e as mudanças no comportamento dos consumidores vêm ampliando o papel do seguro de vida. Como exemplo dessa evolução, apresentou a Linha INVIDA, da MAG, com soluções voltadas à proteção em vida. Também abordou a oferta de pacotes modulares e customizados, adaptados às necessidades de cada parceiro, e a diversificação dos canais de distribuição como caminhos para alcançar novos públicos.

“O seguro de vida precisa acompanhar a evolução da sociedade e estar cada vez mais conectado às necessidades das pessoas. Isso passa por desenvolver soluções que protejam não apenas quem fica, mas também quem está vivo, com coberturas e assistências adequadas a diferentes perfis e momentos da jornada. O desafio é ampliar o acesso e fazer com que a proteção esteja presente em mais momentos da vida dos brasileiros”, afirmou Weber.



(Foto: Divulgação Grupo MAG)

O corretor no centro das decisões do mercado

Já **Marco Antônio Gonçalves, presidente do Conselho Consultivo da MAG Seguros**, participou do painel “Presente e Futuro do Mercado de Seguros – O Corretor no Centro da Decisão”, ao lado de Boris Ber, presidente do Sincor-SP, e Robert Bittar, vice-presidente da Fenacor. O debate abordou os desafios para ampliar a presença dos seguros na sociedade brasileira e o protagonismo dos corretores na expansão do mercado.

O executivo destacou que o crescimento do mercado depende de uma atuação mais abrangente dos profissionais de distribuição. Marco também ressaltou o potencial da tecnologia e da inteligência artificial como ferramentas de apoio à atividade comercial, contribuindo para orientar os corretores e facilitar a oferta de produtos mais complexos.

“O que nos trouxe até aqui hoje não nos levará nos próximos 10, 15 anos. Precisamos refletir sobre como ampliar o alcance do seguro na sociedade. O corretor será o grande protagonista desse processo de desenvolvimento do mercado, levando proteção a pessoas que ainda não têm acesso a essas soluções. As seguradoras precisam prover produtos cada vez melhores, enquanto a tecnologia deve ajudar os profissionais a ampliar sua capacidade de atuação”, afirmou Gonçalves.

César Medeiros, Boris Ber, Robert Bittar e Marco Antônio Gonçalves (Foto: Divulgação Grupo MAG)

Dados e inteligência artificial a serviço da relevância do seguro

O uso estratégico de dados e inteligência artificial foi abordado por**Cristiane Junqueiro, head da Simple2u, insurtech do Grupo MAG, durante o painel "Dados e IA Ampliando a Relevância do Seguro",** ao lado de Castelano Santos, CEO da Tech Trail, e Eduardo Rodrigues, cofundador e CEO da Applause. A discussão explorou o potencial dessas tecnologias para superar a automação de processos e contribuir para decisões mais precisas, produtos alinhados aos perfis dos consumidores e experiências mais eficientes.

Cristiane ressaltou que o valor da tecnologia está em sua capacidade de simplificar a contratação, reduzir atritos, agilizar soluções e aproximar a proteção das demandas reais dos clientes. A executiva também chamou atenção para a necessidade de transformar dados em inteligência aplicada ao negócio, considerando a qualidade das informações disponíveis e a avaliação dos resultados de cada iniciativa.

"A inteligência artificial não pode ser um fim em si mesma. A pergunta mais importante não é apenas o que a tecnologia consegue fazer, mas qual problema ela resolve e que valor entrega ao cliente. Quando os dados e a IA são aplicados com propósito, conseguimos simplificar jornadas, melhorar processos e tornar o seguro mais relevante na vida das pessoas", explicou.



(Foto: Divulgação Grupo MAG)

A participação dos executivos nos dois dias do CQCS Inovação 2026 reforçou o compromisso da MAG com o desenvolvimento do mercado segurador e com a construção de soluções que combinem inovação, proximidade com os consumidores e ampliação da proteção financeira.

Fonte: MAG/GBR, em 11.11.2026.