

Com objetivo de democratizar o acesso ao seguro, a Confederação Nacional das Seguradoras escalou 20 influenciadores digitais de diversas regiões do Brasil para falar sobre a importância dos produtos de seguro, previdência aberta, saúde suplementar e capitalização.



Na imagem, alguns dos influenciadores que participarão da campanha. Crédito: divulgação - CNseg.

Com o objetivo de fortalecer a cultura do seguro, levando o tema para novos públicos com linguagem acessível, a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) convidou 20 diferentes perfis de criadores de conteúdo pelo país para a **Campanha “Seguros pra Gente”**. O projeto visa prestar serviço e informar a sociedade que existe um produto de seguro para cada necessidade e que planejamento financeiro e proteção são fundamentais no dia a dia das pessoas.

“Os influenciadores vão mostrar como tudo em nossa casa, viagem, trabalho, lazer, por exemplo, estão ligados ao seguro e como é importante se informar para tomar decisões seja para o hoje e para o amanhã. Na campanha abordaremos diferentes temas relacionados a Seguros Gerais, Previdência Aberta, Saúde Suplementar, Capitalização e Educação Financeira”, explica Carla Simões, Superintendente Executiva de Comunicação e Marketing da CNseg.

A campanha está sendo lançada no primeiro aniversário do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros, Previdência Aberta, Saúde Suplementar e Capitalização (PDMS). O projeto, que contempla 65 iniciativas e coloca o consumidor no centro da estratégia, tem entre os objetivos aumentar a parcela da população atendida em 20% pelos diversos produtos do mercado de seguros, previdência aberta, saúde suplementar e capitalização e massificar a imagem do seguro junto à população.

Para a estreia da campanha, que será veiculada no Instagram e no YouTube, a Confederação escolheu o comediante, músico e apresentador [cambota](#), que conta com mais de 1 milhão de seguidores no Instagram.

“Esta campanha reforça o trabalho da CNseg e, também, do setor de seguros em se comunicar de uma forma mais leve e descontraída, pois entendemos que esta é a melhor estratégia de comunicação para conscientizar os brasileiros sobre o poder do seguro como ferramenta para uma vida mais estruturada e sustentável”, explica Carla.

Para ver o primeiro vídeo da campanha, [clique aqui](#).

Fonte: CNseg, em 18.03.2024.