

**No talk show promovido pela entidade, executivos da seguradora analisaram como as assistências têm atraído mais consumidores e alterado o modelo de oferta do seguro**



*Talk show com Anderson Mundim, José Pires e Renato Barbosa*

Faz algum tempo que a cobertura básica de morte deixou de ser o principal argumento de venda do seguro de vida. Segundo o diretor Comercial da Bradesco Vida e Previdência, José Pires, a incorporação de inéditos serviços de assistência ao seguro, com benefícios que podem ser usufruídos em vida, está mudando a percepção dos consumidores e, sobretudo, a forma de oferta do produto. Este assunto foi o enfoque do Talk Show “ComVida” apresentado pela Bradesco Vida e Previdência no almoço do CVG-SP, dia 24 de setembro, em São Paulo.

Sob a mediação do diretor de Relações com o Mercado do CVG-SP, Renato Barbosa, o talk show contou também com a participação do superintendente sênior de Negócios da BVP, Anderson Mundim. No início do evento, Pires trouxe dados do IBGE que revelam o amplo leque de necessidades dos brasileiros que podem ser supridas por produtos de assistência do seguro de vida, caso, por exemplo, da cobertura de perda de renda temporária.

Nessa mesma linha, uma pesquisa da Limra em países da América Latina, apresentada por Pires, mostrou que no Brasil a população, sobretudo as mulheres, está mais preocupada em ter recursos suficientes para uma aposentadoria confortável. Em segundo lugar, vem a preocupação com a manutenção do sustento em caso de lesão ou doença. Considerando que apenas 10% da população contrata plano de previdência privada, Pires enxerga oportunidades para o segmento de seguro de pessoas.

Pires lembrou que durante muitos anos vendeu seguro de vida com base no argumento de morte, mas que, hoje, entende que a abordagem deve se ater ao ciclo de vida das pessoas. “O momento é

de transformação, devemos nos conectar com as pessoas, com os seus interesses e anseios para realizar uma abordagem comercial diferente”, disse.

### **Novo modelo de venda**

Durante o talk show, o mediador Renato Barbosa quis saber por que o seguro de vida é tão relevante no momento atual. Pires respondeu que, atualmente, convivemos com diversas gerações diferentes e que a oferta de seguros deve distinguir as faixas etárias. “Para os jovens, o maior bicho embaixo da cama é a perda de renda. Para os mais maduros, faz sentido coberturas para proteção patrimonial e sucessão. O papel dos corretores de seguros e das seguradoras precisa ser repensado para que possamos estar mais presentes na trajetória das pessoas”, disse.

Mundim observou que até pouco tempo, a venda de seguro de vida era feita com base na emoção, utilizando os argumentos das dificuldades financeiras da família com a ausência do seu provedor. Hoje, porém, os serviços de assistências podem ser o melhor argumento. “Em um mundo em que impera a transparência, a venda deve ser feita com a emoção e com a razão, porque é esta última que mais convence”, disse, destacando, ainda, a importância do seguro de vida no planejamento sucessório e financeiro.

O que o seguro de vida pode fazer pelas pessoas? Segundo Pires, é por este ponto de vista que o corretor deve iniciar a venda de seguro de vida. Se iniciar perguntando ao cliente se quer contratar o seguro, possivelmente receberá o não como resposta. Mas, se perguntar o que o preocupa, então terá subsídios para a venda. “O corretor precisa mudar a forma de abordagem no sentido de humanizar a oferta”, disse.

### **Premiação inédita**

Durante o evento, o CVG-SP deu as boas-vindas à nova benemérita Austral Resseguradora. O diretor Renato Barbosa entregou a placa de associada para Gisele Guimar, Life Reinsurance Underwriter da Austral Re. “Espero que possamos colaborar com ideias e trazer mais energia, foco e bons negócios para todos”, disse. Em seguida, o diretor anunciou o lançamento do inédito “Prêmio Seguro Paulista”, criado pelo CVG-SP para reconhecer o trabalho dos profissionais de linha de frente das seguradoras no atendimento aos corretores de seguros.

Renato Barbosa explicou que a premiação contempla quatro categorias de profissionais indicados pelas seguradoras associadas ao CVG-SP, que serão eleitos em duas etapas pelos corretores de seguros por meio de votação online. A escolha dos semifinalistas será realizada em outubro e o segundo turno, em novembro, com a eleição dos três finalistas de cada categoria. Os vencedores serão anunciados na festa de confraternização do CVG-SP, em dezembro.

O regulamento do prêmio pode ser solicitado pelo e-mail [cvg@cvg.org.br](mailto:cvg@cvg.org.br). “Com esta premiação, o CVG-SP cumpre seu papel de conectar o mercado e fomentar o desenvolvimento dos profissionais”, disse.

**Fonte:** Márcia Alves, em 26.09.2024

**Foto:** Antranik Photos