

**O presidente do CVG-SP, Marcio Batistuti, e o idealizador do Movimento Minha Vida Protegida, Rogério Araújo, analisaram o papel do seguro de vida no planejamento financeiro**



“A importância do planejamento financeiro e o impacto do seguro de Vida para as pessoas e a sociedade” foi o tema da live do Movimento Minha Vida Protegida (MVP), realizada pelo CVG-SP em parceria com a FECAP, no dia 5 de dezembro, com transmissão ao vivo pelo canal do CVG-SP no YouTube. A live contou com as participações do presidente do CVG-SP, Marcio Batistuti, diretor Comercial da MAG Seguros, e do corretor de seguros Rogério Araújo, diretor adjunto da diretoria de Seguros do CVG-SP e idealizador do MVP.

Na abertura da live, a diretora de Seguros do CVG-SP, Asenate Souza, fez questão de agradecer o apoio proporcionado pela FECAP durante todo ano. Ela agradeceu, ainda, a coordenadora Geral de Pós-Graduação Lato-Sensu da FECAP, Luciana Barragan, pela parceria nos projetos implementados em conjunto com o CVG-SP, em 2024.

Em seguida, Rogério Araújo explicou que o MVP foi criado no ano passado para capacitar e preparar os profissionais do mercado de seguros para transmitirem à sociedade, de maneira inteligente e didática, os benefícios que o seguro de vida pode proporcionar, bem como conscientizar a população sobre a importância de contar com a proteção do seguro. Batistuti, que também é um dos embaixadores do MVP, reforçou o propósito do Movimento de levar ao entendimento da população o que o seguro de vida pode fazer pelas pessoas.

“O mercado se comunica mal com a sociedade sobre a importância do seguro de vida”, concluiu Batistuti ao constatar que apenas 17% dos brasileiros possuem seguro de vida, sejam os oferecidos pelos empregadores, sejam por cartão de crédito. No entanto, avalia que apenas 5% possuem um seguro adequado. Para Araújo, “todo mundo deveria ter uma apólice individual de seguro de vida”.

Araújo argumentou que o seguro de vida funciona como um alicerce ao planejamento financeiro, amparando contra imprevistos e protegendo o patrimônio no caso de morte e também de invalidez,

doença grave e internação hospitalar. Batistuti ponderou que, além da falta de educação financeira dos brasileiros, a expansão do seguro de vida foi prejudicada durante o período de inflação. “Hoje, as pessoas estão mais conscientes, mas ainda não entendem o seguro de vida como uma ferramenta de planejamento financeiro”, disse.

O presidente do CVG-SP foi além ao afirmar que, em alguns casos, como o de famílias simples, a cobertura do seguro funeral pode se tornar uma “ferramenta de dignidade”. Já a cobertura de morte pode ajudar todas as famílias a manterem o equilíbrio financeiro. Outras coberturas, como doenças graves, podem funcionar, ainda, a seu ver, como uma reserva financeira, assim como o seguro de vida também pode servir para a sucessão empresarial, em caso de morte de um dos sócios.

### **Pouca oferta**

Para Araújo, a má comunicação do mercado com a sociedade não é o único motivo da baixa penetração do seguro de vida. “O mercado também oferta mal, pouco e com má qualidade”, disse. Para ele, está faltando uma boa argumentação de venda. Em vez de perguntar se a pessoa “quer comprar um seguro de vida”, ele sugere que a pergunta seja “se quer comprar a garantia de educação dos filhos ou o cuidado com os pais”. Na sua opinião, existe uma crise de oferta e este é um dos pilares do MVP.

Na avaliação de Araújo, os corretores de seguros devem aprender a realizar uma abordagem mais didática. “As pessoas que compram seguro funeral, só não compram seguro de vida porque a oferta não chegou até elas”, disse. Sua crença é a de que para famílias pobres, o seguro de vida é capaz de quebrar o ciclo geracional de privações financeiras. “Se quisermos um país mais rico, precisamos levar o seguro de vida para a sociedade”, disse. Batistuti acrescentou que o corretor deve ser técnico, entender o produto e saber falar sobre seguro de vida.

Batistuti falou, ainda, sobre a necessidade de constituir uma renda para a fase de aposentadoria. Levando em conta a longevidade da população, ele analisa que esse período pode ser dedicado à continuidade do trabalho, em menor ritmo, com mais qualidade de vida, diversão e menos preocupação financeira. Araújo lembrou que o teto máximo de aposentadoria tem diminuído ao longo dos anos. “Na década de 70 equivalia a 20 salários mínimos e hoje apenas 5,5. É preciso se planejar para manter o padrão de vida”, disse.

Porque o brasileiro sabe pouco sobre planejamento financeiro e menos ainda sobre seguro de vida, Batistuti sugere que a abordagem de venda seja bastante didática, como se estivesse explicando para uma criança. Ele fez isso com o filho, quando este tinha 8 anos, e ao final a criança até questionou por que as pessoas não tinham seguro de vida. “Proponho esse desafio como um exercício para saber se estamos conseguindo nos comunicar sobre o seguro de vida de maneira simples, mostrando que pode transformar uma vida”, disse.

Para assistir a live, acesse: <https://youtu.be/G0T6EE1p42Q>

**Fonte:** Márcia Alves, em 12.12.2024