



CSP-MG convidou especialistas da MAG Seguros, MBM Seguradora, SulAmérica e Zurich para o evento

O Clube de Seguros de Pessoas de Minas Gerais (CSP-MG) realizou, no dia 9 de setembro, a 4ª edição do Simpósio “Como aumentar a proteção da sociedade”. Dedicado ao tema Seguro de Vida Individual, o encontro reuniu corretores, executivos e lideranças do setor no auditório do SindSeg MG/GO/MT/DF, em Belo Horizonte, para debater estratégias de expansão da carteira, tendências do ramo e soluções de planejamento financeiro.

A abertura do evento foi conduzida pelo presidente do CSP-MG, João Paulo Moreira de Mello, que falou sobre o momento de forte expansão do Seguro de Vida no Brasil e cravou a qualificação profissional como pilar indispensável para o desenvolvimento sustentável do segmento.

“O Seguro de Vida Individual deixou de ser um produto de prateleira ou uma venda rápida de balcão para se consolidar como uma ferramenta fundamental de planejamento financeiro, continuidade familiar e proteção patrimonial. Diante de consumidores mais informados e exigentes, a capacitação contínua dos corretores e agentes de mercado é uma necessidade urgente. Vender vida exige especialização, diagnóstico preciso e abordagem consultiva. O corretor preparado é o grande agente de transformação da nossa sociedade”, enfatizou Mello.

O painel de palestrantes contou com apresentações técnicas e dados estratégicos trazidos por executivos das seguradoras beneméritas do clube. O gerente comercial da MAG Seguros, Pedro Henrique Torres Santos, expôs dados de crescimento do mercado, que saltou de R\$ 85 bilhões para R\$ 92 bilhões em arrecadação no segmento de vida risco, associando o avanço à maior conscientização da população. Santos detalhou a análise da pirâmide de renda brasileira e defendeu a atuação do corretor como um “médico especialista”.

“Assim como buscamos o especialista para tratar uma dor específica, o cliente hoje procura um especialista em vida para proteger seu futuro. Não vendemos commodities; focamos na necessidade da família, cobrindo os pilares de morte, invalidez, sobrevivência e bem-estar em vida. O corretor precisa estar capacitado para diagnosticar cada perfil e entregar longevidade financeira aos seus clientes”, apontou o executivo.

Na sequência, o gerente da Filial Minas Gerais da MBM Seguradora, Michel Eloi, apresentou as soluções da companhia voltadas à democratização do acesso ao seguro e à agilidade operacional do corretor. Eloi destacou a inclusão de profissões por vezes negligenciadas pelo mercado e o uso da tecnologia para facilitar a comercialização.

“A proposta é levar proteção acessível com processos 100% digitais e desburocratizados. Alcançamos segmentos como militares, motoristas, pedreiros e pintores com prêmios mínimos acessíveis e coberturas abrangentes. O papel da tecnologia é ser aliada do corretor na ponta, permitindo cotações rápidas e transmissões simplificadas para proteger quem mais precisa”, ressaltou.

O gerente de Filial MG da SulAmérica, Felipe Gomes de Rezende, trouxe dados regionais do setor, destacando que Minas Gerais movimenta R\$ 3,8 bilhões em prêmios de seguro, mas que 82% da população economicamente ativa do estado ainda não tem seguro de vida. Ele desmistificou a objeção do custo mostrando que o impacto da apólice representa entre 1% e 2% da renda familiar em todas as classes, e frisou o salto de 42,8% na procura pela cobertura de doenças graves no estado.

“Temos em Minas um oceano azul. O nosso problema não é demanda, é crise de oferta; basta oferecer. O seguro moderno deixou de ser um produto apenas para falecimento: mais de 60% dos acionamentos acontecem com o segurado vivo, seja por doenças graves, incapacidade temporária (DIT) ou no uso diário de assistências como a telemedicina. Vender vida é proteger o fluxo de caixa da família e garantir a manutenção do seu padrão de vida”, afirmou Rezende.

Encerrando as apresentações, o superintendente comercial Vida da Zurich, Sergio Prates, lembrou a origem histórica do seguro de doenças graves em 1967 e apresentou o caso real do fundador da rede Oakberry, que salvou o início do seu negócio graças à indenização do seguro. Prates citou pesquisa da FenaPrevi mostrando que 55% dos brasileiros nunca foram abordados por um corretor para contratar seguro de vida, apesar de 60% dos seus maiores receios financeiros estarem cobertos por essa apólice.

“O dinheiro existe na sociedade, ele só precisa ser priorizado da forma correta. As pessoas estão investindo cada vez mais em saúde e prevenção, e o seguro faz parte disso. Nós não vendemos apólices; nós vendemos a ponte que permite às famílias atravessarem as piores crises sem liquidar seus sonhos e seu patrimônio”, declarou.

Após as apresentações, o presidente do CSP-MG mediou uma mesa-redonda integrando os quatro palestrantes. O debate proporcionou um espaço interativo em que os participantes puderam responder diretamente às perguntas do público presente no auditório e dos internautas que acompanharam a transmissão ao vivo pelo canal do YouTube da entidade.

Fonte: Déborah Gurgel, em 14.09.2026