Diretor da Confederação, André Nunes, falou das iniciativas de formação de professores e estudantes e defendeu que o aprendizado comece na infância



A formação de professores e a inclusão da educação financeira e securitária na vida escolar estão entre as iniciativas da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) para ampliar a cultura de proteção no Brasil. Durante o painel “Educação como Ferramenta de Expansão do Seguro”, realizado hoje, quarta-feira, 04 de novembro, no CQCS Inovação, o diretor de Assuntos Corporativos e Relações Sindicais da entidade, André Nunes, apresentou ações voltadas a aproximar esses conhecimentos da realidade de crianças e adolescentes.

Para Nunes, esse aprendizado deve começar na infância e estar conectado às situações vividas pelos estudantes. “É isso que a gente está propondo para a educação financeira e a educação securitária no Brasil: formar e trazer essa ideia para as crianças o quanto antes”, afirmou.

O diretor apresentou as trilhas formativas em educação financeira e securitária desenvolvidas em parceria com a UNICEF. Segundo ele, o projeto está presente no Acre, Amapá, Espírito Santo, Pará, Rio Grande do Norte, Rio de Janeiro, Sergipe e Tocantins e tem como meta a formação de 10 mil professores e multiplicadores e de 40 mil estudantes dos ensinos fundamental e médio, com previsão de alcançar 2 mil municípios até junho de 2027. A iniciativa busca contribuir para o desenvolvimento de competências financeiras e para a autonomia e a segurança econômica dos estudantes.

A preparação dos educadores foi outro ponto central da apresentação. Na avaliação do diretor, a presença da educação financeira nas orientações curriculares precisa ser acompanhada de formação docente e de condições para trabalhar o assunto em sala de aula. Nunes defendeu a mobilização de especialistas e uma abordagem estruturada, com continuidade e aplicação prática dos conteúdos.

Presente no painel, Liliana Caldeira, diretora de Educação da Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP), ampliou a discussão ao apontar a casa, a escola e o corretor como pilares complementares da inclusão securitária. Para a diretora da ANSP, as conversas sobre prevenção, patrimônio, saúde e renda devem fazer parte do cotidiano das famílias. “Se a gente quer ampliar a penetração do seguro, a gente precisa educar antes de vender”, afirmou.

Ela também destacou o potencial das ferramentas digitais para tornar esse aprendizado mais acessível e despertar o interesse de diferentes públicos. “A próxima fronteira não é vender seguro pelo celular, é ensinar proteção pelo celular”, disse.

Na perspectiva da Escola de Negócios e Seguros (ENS), a painelista Paola Casado, diretora-geral da Escola, ressaltou que a educação deve acompanhar toda a jornada do consumidor: reconhecer os riscos, compreender as coberturas, comparar alternativas, contratar e saber utilizar o seguro. Segundo ela, a clareza das informações contribui para que famílias e empresas compreendam o valor da proteção e construam relações de confiança com o setor.

“A educação vem justamente para ajudar nessa questão”, afirmou Paola, ao abordar a preparação de famílias e empresas para eventos inesperados. A diretora-geral destacou ainda o papel das instituições de ensino na tradução de conteúdos técnicos em conhecimento aplicável e na preparação dos profissionais para novos riscos, tecnologias e necessidades.

Em paralelo ao painel de André Nunes, a superintendente-executiva de Comunicação e Marketing da CNseg, Carla Simões, debateu como a comunicação pode alavancar o seguro no Brasil. Ela esteve ao lado da diretora de Marketing e Experiência do Cliente da AXA no Brasil, Danielle Titton Fagaraz e da superintendente de Estratégia Comercial e Marketing da Qualicorp, Bianca Reis Grecco

Fonte: CNseg, em 04.11.2026