

Por Denise Bueno

Estava aqui pensando: se as seguradoras têm no mínimo o email e telefone, fixo e celular, dos segurados para fazer venda cruzada, ou seja, ofertar seguros, por que não usar esse canal para comunicar aos beneficiários dos mortos na tragédia de Brumadinho, ou mesmo aos clientes que sobreviveram, que eles têm seguros ou serviços contratados que podem ser úteis neste momento.

Seria mais barato e mais humano do que qualquer campanha de marketing já feita na história do setor para enfatizar o papel social do seguro. Afinal, todo prejuízo certamente poderá ser recuperado com uma ação reversa contra a Vale. E mesmo que não seja, o segurado pagou para ter proteção de vida, saúde, bens. Pode ser que os beneficiários não saibam que existe um seguro comprado pelo falecido na tragédia que tirou quase 400 vidas embutidas nas compras a prazo, na conta luz ou água ou empréstimos de bancos.

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: Sonho Seguro, em 03.02.2019.