

Produto amplia presença no planejamento financeiro e reforça a proteção em vida

Josusmar Sousa, CEO da Mister Líber Corretora de Seguros

Por muito tempo associado exclusivamente à indenização em caso de morte, o seguro de vida passa por uma transformação no mercado de seguros brasileiro. Mais do que uma proteção para eventos extremos, o produto vem sendo reposicionado como uma ferramenta de planejamento financeiro, proteção em vida e organização patrimonial.

Esse movimento acompanha uma mudança mais ampla na forma como as pessoas lidam com risco, previsibilidade e segurança financeira. “Em um cenário de maior instabilidade econômica, aumento da longevidade e pressão sobre estruturas públicas de proteção, cresce a busca por soluções que tragam equilíbrio entre proteção imediata e planejamento de longo prazo”, analisa Josusmar Sousa, corretor de seguros e CEO da Mister Líber Corretora de Seguros.

Na prática, o seguro de vida deixa de ocupar um espaço periférico e passa a integrar a estratégia financeira das famílias, ao lado de investimentos, previdência e gestão de patrimônio. “Durante muito tempo, o seguro de vida foi vendido com base no medo, sempre olhando para o que aconteceria depois. Hoje, a lógica é outra. Ele precisa fazer sentido em vida, ajudando o cliente a enfrentar situações reais que podem impactar sua renda e sua estrutura financeira”, afirma.

Entre essas situações estão afastamentos por doença, diagnósticos de enfermidades graves, invalidez e até a necessidade de reorganização financeira em momentos inesperados. Nesse contexto, o seguro passa a ser percebido como uma ferramenta de liquidez, capaz de garantir recursos imediatos quando mais se precisa.

Essa mudança de percepção também abre espaço para uma atuação mais estratégica dos corretores de seguros, que passam a assumir um papel mais consultivo e ampliar sua presença nas decisões financeiras dos clientes. “O cliente não está mais buscando apenas uma apólice. Ele quer entender como aquela solução se encaixa na vida dele, no planejamento da família e na proteção do patrimônio. Quando o corretor consegue fazer essa leitura, o seguro deixa de ser custo e passa a ser decisão financeira”, destaca Josusmar.

Para os corretores, esse novo posicionamento do seguro de vida representa uma ampliação concreta das oportunidades de negócios. “Ao entrar em conversas mais amplas sobre planejamento financeiro, sucessão e proteção de renda, o profissional aumenta sua relevância e abre espaço para uma relação mais contínua com o cliente”, explica. Produtos de vida também contribuem para maior previsibilidade de receita e fortalecimento da carteira, reduzindo a dependência de ramos mais voláteis e ampliando o vínculo de longo prazo.

Outro ponto que ganha relevância é o uso do seguro de vida como instrumento de planejamento sucessório. “Com regras claras, liquidez rápida e menor burocracia em comparação a outros mecanismos, o seguro de vida vem sendo utilizado para organizar a transferência de recursos e reduzir impactos financeiros em momentos de transição familiar”, acrescenta.

Ao mesmo tempo, a evolução do próprio mercado, com produtos mais flexíveis e coberturas ampliadas, contribui para essa nova leitura. O seguro de vida passa a ser estruturado de forma mais aderente às necessidades individuais, permitindo combinações que vão além do modelo tradicional.

Na avaliação da Mister Líber, essa transformação representa não apenas uma mudança de percepção, mas uma ampliação concreta do papel do seguro de vida no planejamento financeiro dos brasileiros e na atuação dos corretores. “O seguro de vida não compete com outros instrumentos. Ele complementa. É a base de proteção que sustenta qualquer estratégia financeira mais sólida. Para o corretor, isso significa oportunidade de atuar de forma mais próxima e estratégica junto ao cliente”, afirma Josusmar.

Diante desse cenário, o avanço do seguro de vida no Brasil tende a vir acompanhado de uma mudança de cultura, menos centrada em eventos extremos e mais conectada à organização financeira ao longo da vida. “Esse movimento reposiciona o produto dentro do mercado de seguros, deixando de ser uma proteção distante para se tornar uma ferramenta presente, estratégica e cada vez mais integrada ao dia a dia das famílias e ao desenvolvimento sustentável das carteiras dos corretores”, conclui.

Fonte: RUCO, em 30.04.2026