

Em comemoração aos seus 45 anos de atuação, o Clube de Seguros de Vida e Benefícios de São Paulo (CVG-SP) promoveu, no dia 26 de maio, no Hotel Renaissance, na capital paulista, uma mesa-redonda com importantes lideranças do mercado de seguros de pessoas. O encontro reuniu executivos para discutir os desafios da ampliação do seguro de vida no Brasil, o avanço dos canais massificados e o papel estratégico do corretor na disseminação da cultura de proteção.

O debate foi conduzido pelo presidente do CVG-SP, Anderson Mundim, que ressaltou o simbolismo da data e o propósito do encontro ao reunir profissionais de diferentes áreas do mercado para discutir os “segredos do seguro de vida massificado”. “Está é uma ótima oportunidade para discutir o seguro de vida com profissionais que atuam na área e também comemorar os 45 anos do CVG-SP, que segue firme em sua missão de disseminar o seguro de pessoas e promover a capacitação do mercado”, destacou Mundim durante a abertura do evento.

A mesa contou com a participação do presidente do Sincor-SP, Boris Ber; do presidente da Bradesco Vida e Previdência, Bernardo Castello; do diretor da Tokio Marine Seguradora, Marcos Kobayashi; e do presidente da Centauro Seguradora, Ricardo Iglesias Teixeira.

Representando os corretores de seguros, Boris Ber defendeu uma mudança de mentalidade do canal de distribuição e reforçou que o seguro de vida precisa ocupar espaço maior dentro das corretoras, deixando de ser tratado como produto secundário. “Temos que mudar o mindset. Estamos em um mercado novo, em um mundo novo. O corretor já possui uma relação de altíssima confiança com o segurado e precisa entender que não está apenas vendendo um produto, mas oferecendo proteção”, afirmou.

O presidente do Sincor-SP também destacou que a inteligência artificial será um diferencial competitivo para os profissionais do setor. “A inteligência artificial não vai acabar com o corretor. Vai acabar com o corretor que não usar inteligência artificial”, pontuou, defendendo maior uso de tecnologia para ampliar relacionamento, personalização e eficiência na oferta de proteção.

Ao abordar as oportunidades de crescimento do segmento, Marcos Kobayashi destacou a expansão da atuação dos corretores no seguro de vida e o potencial ainda pouco explorado do mercado. Segundo ele, a experiência da Tokio Marine mostra uma evolução relevante da base de profissionais comercializando produtos de vida. “Temos um mar de possibilidades para trabalhar o seguro de vida”, afirmou, acrescentando que o crescimento do setor passa por conscientização, capacitação e recorrência na oferta aos clientes. Para o executivo, o corretor deve se tornar especialista no cliente e não apenas em produtos, entendendo seus diferentes momentos de vida e necessidades de proteção.

Já Ricardo Iglesias Teixeira chamou atenção para a transformação do comportamento do consumidor e para a necessidade de adaptação do mercado diante do avanço de novos formatos de distribuição. Com trajetória iniciada como corretor, ele ressaltou a importância da educação e da proximidade no relacionamento com os segurados. “O massificado não é menos importante. Ele salvou muita gente nos últimos anos. Mas precisamos continuar investindo em educação e conscientização para ampliar a proteção efetiva”, observou.

Na visão de Bernardo Castello, o mercado de seguro de vida vive um momento de transição: após avanços importantes em produtos e processos, o principal desafio agora é ampliar a oferta e

transformar proteção em hábito. “A gente está naquele momento de oferta. Evoluímos bastante em produtos e processos, mas precisamos colocar mais energia nesse projeto”, afirmou. O executivo ainda reforçou que o corretor tem nas mãos uma grande oportunidade de crescimento, especialmente no segmento de pequenas e médias empresas, diante do avanço da pejetização no País.

Durante o debate, os executivos convergiram em um ponto: embora o seguro de vida tenha avançado nos últimos anos – especialmente após a pandemia, ainda existe um grande espaço para expansão no Brasil, tanto em conscientização quanto em penetração de mercado. Nesse contexto, o papel consultivo do corretor, aliado à tecnologia e à evolução dos produtos, foi apontado como peça-chave para ampliar a proteção financeira da população.

Ao final do encontro, Anderson Mundim reforçou a missão histórica do CVG-SP de fomentar conhecimento e integração entre os agentes do mercado, celebrando os 45 anos da entidade com um debate voltado ao futuro do seguro de pessoas.

Fonte: Sincor-SP, em 27.05.2026