

**Campus Porto Velho Zona Norte**  
**Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial EAD**

**GABRIELA EMANUELE BARROS CARVALHO**

**SEGURO DE VIDA COMO FERRAMENTA DE PROTEÇÃO FINANCEIRA E  
FAMILIAR: UMA PROPOSTA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA FORTALECER  
A CULTURA PREVIDENCIÁRIA**

PORTO VELHO

2025

**GABRIELA EMANUELE BARROS CARVALHO**

**SEGURO DE VIDA COMO FERRAMENTA DE PROTEÇÃO FINANCEIRA E FAMILIAR: UMA PROPOSTA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA FORTALECER A CULTURA PREVIDENCIÁRIA**

Artigo entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia (IFRO), *Campus Zona Norte*, como requisito parcial para obtenção do grau de tecnólogo, junto ao Curso Tecnólogo em Gestão Comercial, sob a orientação do professor Wilimar Junio Ruas.

PORTO VELHO

2025

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO.

Carvalho, Gabriela Emanuele Barros.

Seguro de vida como ferramenta de proteção financeira e familiar: uma proposta de educação financeira para fortalecer a cultura previdenciária / Gabriela Emanuele Barros Carvalho. - Porto Velho, 2025.

23 f. : il.

Orientador(a): Prof. Dr. Wilimar Junio Ruas.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Gestão Comercial EAD) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO, Porto Velho, 2025.

1. Educação financeira. 2. Proteção familiar. 3. Cultura previdenciária. 4. Planejamento financeiro. 5. Inclusão social. I. Ruas, Wilimar Junio (orient.). II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. III. Título.

**Bibliotecário(a) Responsável:** Marlene Fouz da Silva, CRB-11/946

**GABRIELA EMANUELE BARROS CARVALHO**

**SEGURO DE VIDA COMO FERRAMENTA DE PROTEÇÃO FINANCEIRA E FAMILIAR: UMA PROPOSTA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA FORTALECER A CULTURA PREVIDENCIÁRIA**

Artigo entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia (IFRO), *Campus Zona Norte*, como requisito parcial para obtenção do grau de tecnólogo, junto ao Curso Tecnólogo em Gestão Comercial, sob a orientação do professor Wilimar Junio Ruas.

Aprovado em: 23/12/2025 pela banca examinadora.



Documento assinado digitalmente

**CAMILA CALAZANS DA SILVA LUZ**  
Data: 14/01/2026 10:58:53-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Camila Calazans da Silva Luz**



Documento assinado digitalmente

**WESLEY MOREIRA DIAS**  
Data: 14/01/2026 12:00:38-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Wesley Moreira Dias**



Documento assinado digitalmente

**WILIMAR JUNIO RUAS**  
Data: 13/01/2026 20:36:27-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Wilimar Junio Ruas**

## **SEGURO DE VIDA COMO FERRAMENTA DE PROTEÇÃO FINANCEIRA E FAMILIAR: UMA PROPOSTA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA FORTALECER A CULTURA PREVIDENCIÁRIA**

**RESUMO:** Este artigo apresenta o seguro de vida como uma ferramenta estratégica de proteção financeira e familiar, considerando a realidade socioeconômica do Estado de Rondônia e a necessidade de fortalecimento da cultura previdenciária regional. O estudo tem como objetivo demonstrar como o seguro de vida pode contribuir para a redução da vulnerabilidade financeira das famílias, especialmente entre trabalhadores autônomos e informais, por meio de ações de educação financeira e conscientização. A pesquisa caracterizou-se como aplicada, de abordagem qualitativa e natureza intervencionista, utilizando revisão bibliográfica e pesquisa-ação, a partir da atuação prática da autora no mercado de seguros entre os anos de 2024 e 2025. Foram analisadas observações diretas de atendimentos, relatos de clientes e dados secundários de instituições oficiais, possibilitando a elaboração de um plano de ação educativo voltado à proteção familiar. Os resultados indicaram que o desconhecimento sobre o funcionamento do seguro de vida constitui o principal obstáculo à sua contratação, sendo possível modificar essa percepção por meio de linguagem acessível, exemplos práticos e estratégias educativas presenciais e digitais. Observou-se aumento do interesse e da compreensão sobre a importância do seguro como instrumento de planejamento financeiro. Conclui-se que o seguro de vida, aliado à educação financeira, representa uma solução eficaz para promover segurança econômica, inclusão previdenciária e estabilidade social, contribuindo para o fortalecimento da cultura de proteção financeira em Rondônia.

**PALAVRAS-CHAVE:** educação financeira; proteção familiar; cultura previdenciária; planejamento financeiro; inclusão social.

**ABSTRACT:** This article presents life insurance as a strategic tool for financial and family protection, considering the socioeconomic reality of the State of Rondônia and the need to strengthen the regional pension culture. The study aims to demonstrate how life insurance can contribute to reducing families' financial vulnerability, especially among self-employed and informal workers, through financial education and awareness actions. The research was characterized as applied, with a qualitative and interventionist approach, using bibliographic review and action research based on the author's professional practice in the insurance market between 2024 and 2025. Direct observations of service activities, client reports, and secondary data from official institutions were analyzed, enabling the development of an educational action plan focused on family protection. The results indicated that lack of knowledge about how life insurance works is the main barrier to its adoption, and that this perception can be changed through accessible language, practical examples, and both in-person and digital educational strategies. Increased interest and understanding of life insurance as a financial planning instrument were observed. It is concluded that life insurance, combined with financial education, represents an effective solution to promote economic security, pension inclusion, and social stability, contributing to the strengthening of the financial protection culture in Rondônia.

**Keywords:** financial education; family protection; pension culture; financial planning; social inclusion.

## 1 INTRODUÇÃO

A crescente instabilidade econômica, os altos índices de endividamento das famílias e a informalidade do trabalho que, segundo o IBGE (2023), atinge cerca de 39% da força de trabalho no Brasil e ultrapassa os 46% na Região Norte, são fatores que aumentam significativamente a vulnerabilidade financeira da população brasileira. Essa realidade impacta diretamente a atuação de profissionais da área de Gestão Comercial, que precisam desenvolver estratégias para promover produtos de proteção financeira adaptados a públicos com menor inclusão previdenciária. No Estado de Rondônia, onde grande parte da população atua como trabalhadora autônoma, informal ou como pequena empreendedora, a ausência de planejamento financeiro e de instrumentos de proteção patrimonial tem exposto muitas famílias a riscos severos em situações de falecimento, invalidez ou doenças graves.

Nesse cenário, o seguro de vida surge como uma importante ferramenta de proteção financeira e familiar, ainda pouco valorizada na cultura regional. A resistência cultural, o desconhecimento sobre os benefícios do seguro e a associação equivocada do produto à morte têm sido barreiras significativas à sua popularização. A experiência profissional no setor de seguros em Rondônia evidencia que, mesmo diante de realidades adversas, há espaço para ações educativas e estratégias de conscientização capazes de transformar esse panorama.

Diante disso, o presente estudo busca responder à seguinte questão-problema: Como estratégias de educação financeira podem ampliar a aceitação do seguro de vida enquanto produto de proteção financeira no mercado de Porto Velho?

O objetivo geral deste trabalho é desenvolver uma proposta de plano de ação para promover a conscientização sobre o seguro de vida como ferramenta de proteção e planejamento financeiro na realidade rondoniense. Como objetivos específicos, propõem-se:

- a) diagnosticar o nível de conhecimento da população sobre o seguro de vida e seus benefícios;
- b) identificar os principais obstáculos culturais e econômicos à sua contratação;
- c) elaborar estratégias educativas e de comunicação para ampliar o entendimento sobre o tema.

A justificativa para este estudo está na necessidade de fortalecer a cultura de proteção e planejamento financeiro entre as famílias rondonianas, oferecendo soluções acessíveis, sustentáveis e que promovam maior estabilidade diante de imprevistos. O seguro de vida, nesse contexto, deixa de ser apenas um produto financeiro e passa a ser uma ferramenta social, capaz de transformar realidades e proporcionar dignidade mesmo em momentos de crise. Do ponto de vista da Gestão Comercial, sua oferta exige conhecimento técnico, empatia com o cliente e estratégias personalizadas de abordagem, competências essenciais ao profissional da área, capaz de transformar realidades e proporcionar dignidade mesmo em momentos de crise.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 Conceito e importância do seguro de vida**

O seguro de vida é uma solução de proteção financeira criada para garantir segurança e amparo econômico aos beneficiários em caso de morte, invalidez permanente ou doenças graves do segurado. Muito além de um contrato, ele representa um instrumento de planejamento e continuidade de vida para as famílias.

A Mongeral Aegon (MAG Seguros), pioneira no Brasil desde 1835, foi fundada por Aureliano de Sousa e Oliveira Coutinho, onde criaram a primeira instituição previdenciária do país para proteger famílias de militares da Marinha Imperial. Desde então, a empresa tem como propósito central a proteção financeira e a segurança de longo prazo para indivíduos e suas famílias, especialmente em momentos críticos.

Segundo Kotler e Keller (2012), o marketing de produtos financeiros como o seguro de vida deve considerar não apenas a função econômica, mas também o impacto emocional e social envolvido na decisão de compra, o que torna essencial a construção de confiança e credibilidade.

Para Sandero (2014), o seguro de vida é o alicerce de qualquer plano de proteção patrimonial, funcionando como uma ponte que permite à família manter seu padrão de vida mesmo diante de perdas. Já Figueiredo (2021) reforça que a contratação desse tipo de proteção deve ser vista como uma decisão estratégica de planejamento financeiro e não como gasto supérfluo, como ainda ocorre em parte da população brasileira.

No contexto regional, a presença do seguro de vida é ainda incipiente, sobretudo em áreas mais afastadas dos grandes centros urbanos. Essa realidade exige ações educativas e de conscientização, especialmente em estados como Rondônia, onde a informalidade do trabalho e a ausência de cultura previdenciária colocam milhares de famílias em situação de risco.

## **2.2 Educação financeira e proteção familiar**

A educação financeira tem papel fundamental na conscientização das famílias sobre a importância do planejamento e da proteção em situações de risco. Segundo a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2018), a educação financeira contribui para que os indivíduos tomem decisões mais conscientes, reduzam sua vulnerabilidade econômica e desenvolvam maior capacidade de enfrentamento diante de imprevistos.

Compreender como gerenciar a renda, prever riscos e proteger o núcleo familiar são práticas essenciais para garantir estabilidade e continuidade de projetos de vida. De acordo com Lusardi e Mitchell (2014), indivíduos com maior nível de educação financeira tendem a adotar estratégias mais eficazes de planejamento, incluindo a contratação de instrumentos de proteção financeira, como seguros.

O seguro de vida, nesse contexto, configura-se como uma ferramenta estratégica. Ao ser incluído no planejamento financeiro, possibilita que a família mantenha seu padrão de vida mesmo diante de eventos como falecimento ou invalidez do provedor de renda, atuando como mecanismo de segurança econômica e emocional.

A falta de conhecimento sobre o funcionamento e os benefícios do seguro ainda é um obstáculo à sua contratação, principalmente entre as populações mais vulneráveis. A ausência de educação financeira contribui para que muitas pessoas vejam o seguro como um gasto, e não como um investimento em proteção.

Por isso, ações de orientação e educação, promovidas por especialistas em proteção financeira, como os profissionais da MAG Seguros em Rondônia, têm papel crucial na mudança dessa percepção. Ao aproximar o seguro da realidade das famílias, é possível fortalecer a cultura de prevenção e estimular decisões mais conscientes.

### **2.3 Cultura previdenciária na região norte**

A cultura previdenciária no Brasil enfrenta desafios históricos relacionados à baixa educação financeira da população, à informalidade no mercado de trabalho e à percepção limitada sobre o papel de instrumentos de proteção como o seguro de vida. Esses desafios são ainda mais acentuados na Região Norte, onde fatores socioeconômicos, geográficos e culturais influenciam diretamente o comportamento financeiro das famílias.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), os estados do Norte apresentam índices elevados de informalidade, o que limita o acesso da população aos sistemas tradicionais de previdência pública e privada. Em Rondônia, especificamente, grande parte da força de trabalho é composta por profissionais autônomos, pequenos empreendedores e trabalhadores informais, que não possuem estabilidade financeira e tampouco vínculos formais que garantam amparo em casos de acidentes, doenças ou morte.

A ausência de políticas públicas voltadas à educação financeira e à inclusão previdenciária, somada à falta de conhecimento sobre o funcionamento e os benefícios dos seguros de vida, contribui para o baixo índice de contratação desses produtos na região. Além disso, persistem mitos e resistências culturais, como o receio de "atrair a morte" ao contratar um seguro, ou a crença de que esse tipo de proteção é exclusivo para pessoas com alta renda.

A experiência da autora, enquanto especialista em proteção financeira no estado de Rondônia, evidencia que a resistência à cultura previdenciária não está relacionada à falta de necessidade, mas sim à ausência de informação e à dificuldade de acesso a produtos adequados à realidade regional. Quando o seguro é apresentado de forma clara, com linguagem acessível e foco na proteção familiar, muitos clientes reconhecem seu valor como ferramenta de tranquilidade e estabilidade.

Nesse sentido, fortalecer a cultura previdenciária na Região Norte exige ações integradas entre empresas do setor, profissionais especializados e instituições de ensino, com foco na sensibilização, orientação e inclusão financeira da população. O seguro de vida, enquanto produto de alta relevância social, pode ser o ponto de partida para essa transformação cultural.

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 Tipo de pesquisa

A presente pesquisa caracteriza-se como aplicada, de abordagem qualitativa, de natureza intervencionista, desenvolvida por meio da pesquisa-ação, combinando revisão bibliográfica e observação prática da autora no mercado de seguros. Furastê (2022) descreve a pesquisa de campo como a observação de fatos e fenômenos exatamente como ocorrem no real, à coleta de dados referentes aos mesmos e, finalmente, à análise e interpretação desses dados, com base numa fundamentação teórica consistente, objetivando compreender e explicar o problema pesquisado. Segundo Lakatos e Marconi (2021), as pesquisas descritivas buscam descrever as características de uma população estudada ou dos fenômenos investigados. Essa metodologia permite a comparação entre variáveis, utilizando técnicas padronizadas de coleta de dados, como questionários, entrevistas e observação sistemática.

Para isso, foram utilizadas técnicas como levantamento bibliográfico, entrevistas, aplicação de questionários e comparação com exemplos de pesquisas sobre o mesmo tema. Mazucato (2018) conceitua a pesquisa exploratória como aquela que consiste na realização de um estudo para a familiarização do pesquisador com o objeto que está sendo investigado durante a pesquisa. Conforme Tozoni-Reis (2019), a pesquisa quantitativa é caracterizada pelo uso de técnicas e análises estatísticas para atingir seus objetivos, garantindo a consistência e validade dos resultados obtidos.

Essas pesquisas geralmente estudam variáveis quantificáveis e sua relação, sem interferência ou análise subjetiva do pesquisador. Esta pesquisa caracteriza-se como aplicada, com abordagem qualitativa e natureza intervencionista, voltada para a proposição de ações práticas de conscientização sobre o seguro de vida no município de Porto Velho (RO). A metodologia utilizada combina revisão bibliográfica com pesquisa-ação, tendo como base a atuação direta da autora no mercado de seguros, especialmente junto a públicos de baixa e média renda, profissionais autônomos e trabalhadores informais da capital.

Porto Velho, maior município de Rondônia, possui mais de 500 mil habitantes (IBGE, 2023), com forte presença de trabalhadores no setor de serviços, comércio informal e micro empreendedores individuais (MEIs). Segundo dados da Receita Federal, a capital contava com mais de 35 mil MEIs ativos até o início de 2025,

incluindo cabeleireiros, manicures, vendedores ambulantes, moto taxistas, motoristas de aplicativo, profissionais da saúde autônomos, entre outros. Muitos desses trabalhadores apresentam baixa cobertura previdenciária e desconhecimento sobre os benefícios do seguro de vida como proteção financeira.

### **3.2 Instrumentos e procedimentos de coletas de dados**

A coleta de dados foi realizada por meio de abordagens presenciais e digitais, ocorridas entre março de 2024 e março de 2025, no município de Porto Velho (RO). As abordagens presenciais aconteceram durante atendimentos individuais realizados em pontos comerciais, visitas agendadas e ações de orientação financeira, enquanto as abordagens digitais ocorreram por meio de redes sociais (WhatsApp e Instagram) e plataformas de agendamento online utilizadas pela autora em sua atuação profissional.

A amostra da pesquisa foi composta por aproximadamente 120 atendimentos, envolvendo trabalhadores autônomos, microempreendedores individuais (MEIs), profissionais liberais e trabalhadores informais, com faixa etária predominante entre 25 e 55 anos. Desse total, cerca de 70% não possuíam seguro de vida ativo, e aproximadamente 65% relataram desconhecimento sobre os benefícios e coberturas do seguro de vida, especialmente no que se refere à proteção familiar e à segurança financeira em caso de imprevistos.

Os dados foram coletados a partir dos seguintes instrumentos:

- **Observação direta** durante os atendimentos, registrando dúvidas recorrentes, percepções e comportamentos dos clientes;
- **Relatos informais** obtidos ao longo das conversas com os atendidos, relacionados ao nível de conhecimento financeiro e à percepção sobre seguros;
- **Levantamento de dados secundários**, com informações do IBGE, SEBRAE, Receita Federal e da base interna da MAG Seguros.

### **3.3 Procedimento de registro e análise de dados**

Os dados obtidos foram registrados em planilhas eletrônicas (Excel), organizadas por perfil do atendido, tipo de atividade profissional, nível de conhecimento sobre seguro de vida e interesse após a orientação recebida. Paralelamente, foi utilizado um diário de campo, no qual a autora registrou observações qualitativas relevantes surgidas durante os atendimentos, como

resistência inicial, dúvidas frequentes e mudanças de percepção após a abordagem educativa.

A análise dos dados ocorreu de forma qualitativa e descritiva, por meio da categorização das informações coletadas, permitindo a identificação de padrões recorrentes, como o baixo nível de conhecimento previdenciário e a associação do seguro de vida apenas à morte.

Os resultados obtidos subsidiaram a elaboração de um plano de ação educativo, voltado à conscientização da população local sobre o papel do seguro de vida como instrumento de proteção financeira e planejamento familiar, considerando as especificidades sociais e econômicas do município de Porto Velho.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A análise realizada a partir da observação prática dos atendimentos e da revisão bibliográfica evidencia que a ausência de proteção financeira em Porto Velho está diretamente relacionada à baixa educação financeira, à informalidade do trabalho e à limitada cultura previdenciária. De acordo com dados da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg, 2023), a Região Norte apresenta os menores índices de contratação de seguros de vida no país, reflexo da informalidade e do reduzido acesso a instrumentos de proteção financeira.

Nesse contexto, observou-se que muitos profissionais autônomos e trabalhadores informais não possuem reservas financeiras ou mecanismos de amparo para situações de emergência, como doenças graves, invalidez ou falecimento. Segundo a Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi, 2024), embora o mercado brasileiro de seguros de vida tenha apresentado crescimento significativo nos últimos anos, esse avanço ainda ocorre de forma desigual entre as regiões do país.

Durante os atendimentos realizados entre 2024 e 2025, verificou-se que a maioria dos clientes associava o seguro de vida exclusivamente à morte, desconhecendo coberturas em vida, como invalidez, doenças graves e assistências familiares. Esse achado dialoga com o estudo do Instituto de Educação Financeira (INFE, 2022), que aponta o desconhecimento como um dos principais entraves à adesão a produtos de proteção financeira.

Após a utilização de linguagem acessível, exemplos práticos e materiais educativos adaptados à realidade local, observou-se mudança significativa na

percepção dos clientes quanto à utilidade do seguro de vida como instrumento de planejamento financeiro e proteção familiar, evidenciando o impacto positivo das estratégias de educação financeira na aceitação desse produto.

Com base nessa realidade, propõe-se como solução a implantação de um plano contínuo de educação financeira voltado à proteção familiar, com foco específico em três frentes:

**a) Ações educativas comunitárias**

Realizar oficinas, rodas de conversa e palestras em comunidades carentes, igrejas, associações de bairro e centros de apoio social em bairros como Ulisses Guimarães, Tancredo Neves e Nova Porto Velho. Essas ações devem apresentar o seguro de vida como ferramenta de amparo familiar, utilizando linguagem acessível e exemplos reais, conectados à realidade local.

**b) Campanhas de conscientização nas redes sociais**

A Internet tem sido o principal canal de comunicação com a população urbana e periférica de Porto Velho. Portanto, o uso de vídeos curtos, depoimentos de clientes, postagens educativas e lives semanais em plataformas como Instagram, WhatsApp e Facebook tem se mostrado eficaz para ampliar o alcance da informação sobre seguros. A atuação da autora como especialista digital contribui diretamente nesse processo.

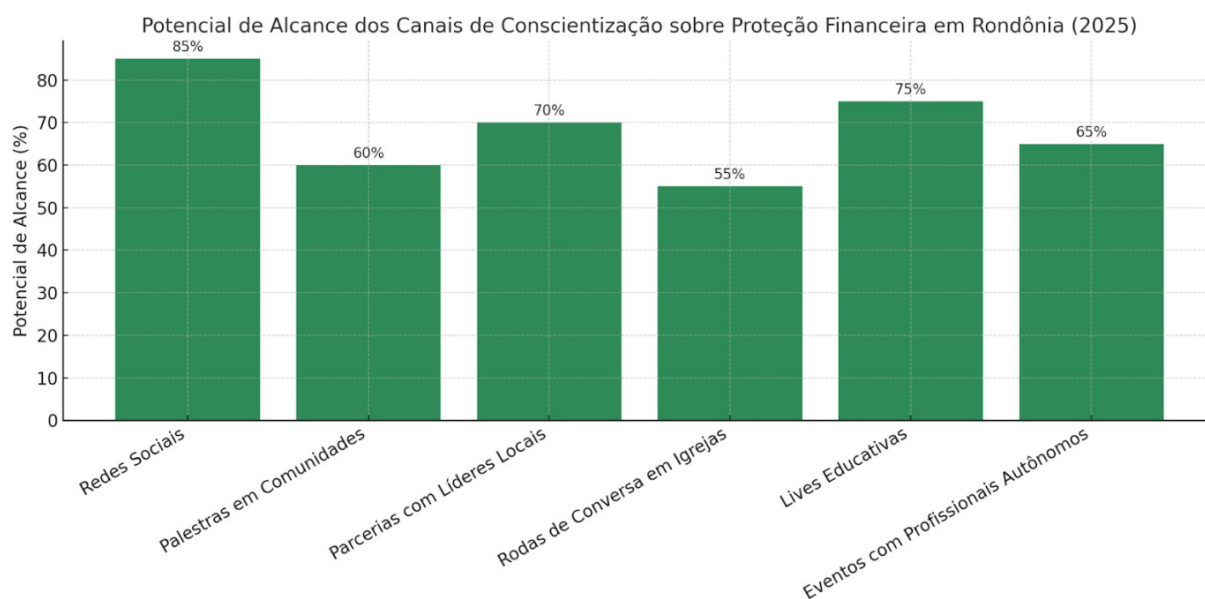
**c) Parcerias com lideranças locais e profissionais liberais**

Muitos profissionais da saúde, beleza, estética, transporte e comércio informal mantêm redes próprias de contato com seu público. Estabelecer parcerias com esses profissionais para difundir informações sobre a importância da proteção financeira pode gerar efeito multiplicador, estimulando a contratação consciente de seguros e ampliando a cultura previdenciária.

Além disso, a flexibilização dos planos de seguro com produtos acessíveis, coberturas modulares e prêmios mensais a partir de valores baixos, deve continuar sendo uma estratégia da seguradora para atingir públicos de baixa renda, sem comprometer seu orçamento.

Conclui-se, portanto, que o seguro de vida não deve ser apresentado apenas como produto, mas sim como solução social, capaz de transformar realidades e garantir dignidade às famílias mesmo nos momentos mais difíceis. Sua difusão em Porto Velho depende diretamente do fortalecimento de ações educativas, humanizadas e conectadas ao cotidiano das pessoas.

Gráfico 1 – Potencial de alcance dos canais de conscientização.



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

O gráfico acima apresenta os principais canais de conscientização utilizados em Porto Velho (e com potencial de expansão em Rondônia), com base em sua atuação como especialista em proteção financeira. Esses canais são estratégias práticas para alcançar a população e promover a cultura previdenciária:

A análise dos canais de conscientização utilizados em Porto Velho evidencia que as redes sociais configuram-se como o principal meio de disseminação de informações sobre o seguro de vida, apresentando maior potencial de alcance junto à população local. Plataformas como Instagram e WhatsApp destacam-se por possibilitarem comunicação direta, linguagem acessível e interação contínua com o público, características essenciais para ações de educação financeira em contextos marcados pela informalidade e pelo baixo acesso a informações previdenciárias.

As lives educativas também demonstram elevado potencial de alcance, uma vez que permitem a interação em tempo real, esclarecimento de dúvidas e maior proximidade entre o profissional e o público atendido. Esse formato favorece a construção de confiança, elemento fundamental para a aceitação de produtos de proteção financeira, como o seguro de vida.

Outro aspecto relevante refere-se às parcerias com lideranças locais, tais como representantes religiosos, presidentes de associações e comerciantes. Essas parcerias contribuem para ampliar a credibilidade das ações educativas, uma vez

que tais lideranças exercem influência direta sobre a comunidade, facilitando a disseminação de informações e o fortalecimento da cultura previdenciária.

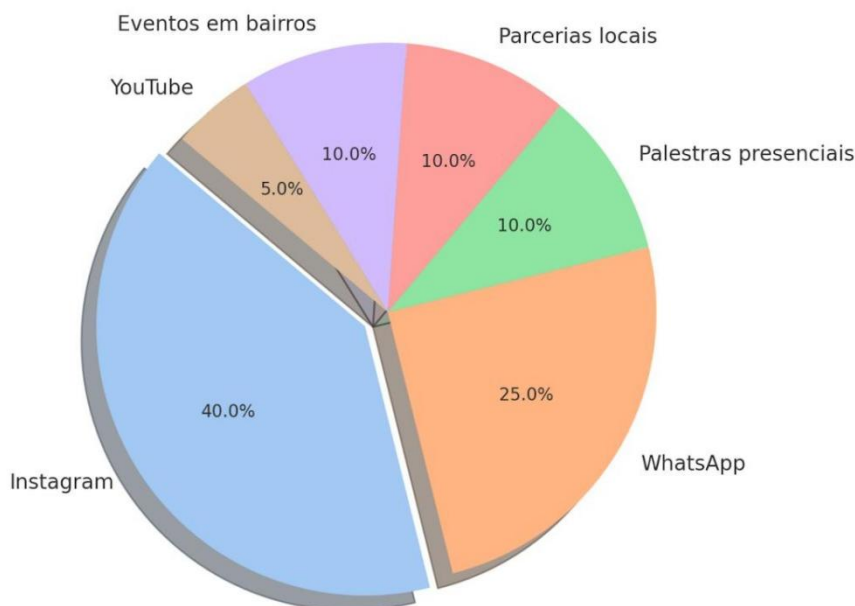
Os eventos direcionados a profissionais autônomos, bem como as palestras realizadas em comunidades e igrejas, apresentam papel complementar nesse processo, alcançando públicos específicos que, muitas vezes, não são plenamente atingidos pelos meios digitais. Essas ações presenciais possibilitam abordagem mais personalizada e contextualizada, favorecendo o entendimento sobre a importância do seguro de vida como instrumento de proteção familiar.

De forma complementar, a estimativa de alcance das estratégias de conscientização indica que o Instagram concentra a maior parcela do público atingido, seguido pelo WhatsApp, que se destaca como ferramenta de relacionamento contínuo e envio de conteúdos personalizados.

As palestras presenciais, parcerias locais e eventos comunitários, embora apresentem menor alcance quantitativo, possuem elevada relevância qualitativa, por promoverem contato direto e maior aprofundamento das informações.

O YouTube, por sua vez, assume papel de apoio, direcionado a conteúdos mais explicativos e aprofundados, atendendo a um público que busca maior compreensão sobre o tema.

Gráfico 2 – Estimativa de Alcance das Estratégias de Conscientização (Porto Velho).  
Distribuição Estimada das Estratégias de Conscientização em Porto Velho (2025)



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

O gráfico de pizza acima mostra a distribuição estimada das principais estratégias para atingir o público da capital:

**Instagram (40%)**: principal meio de alcance, com foco em vídeos, stories e reels educativos.

**WhatsApp (25%)**: envio de materiais personalizados e contato direto com clientes.

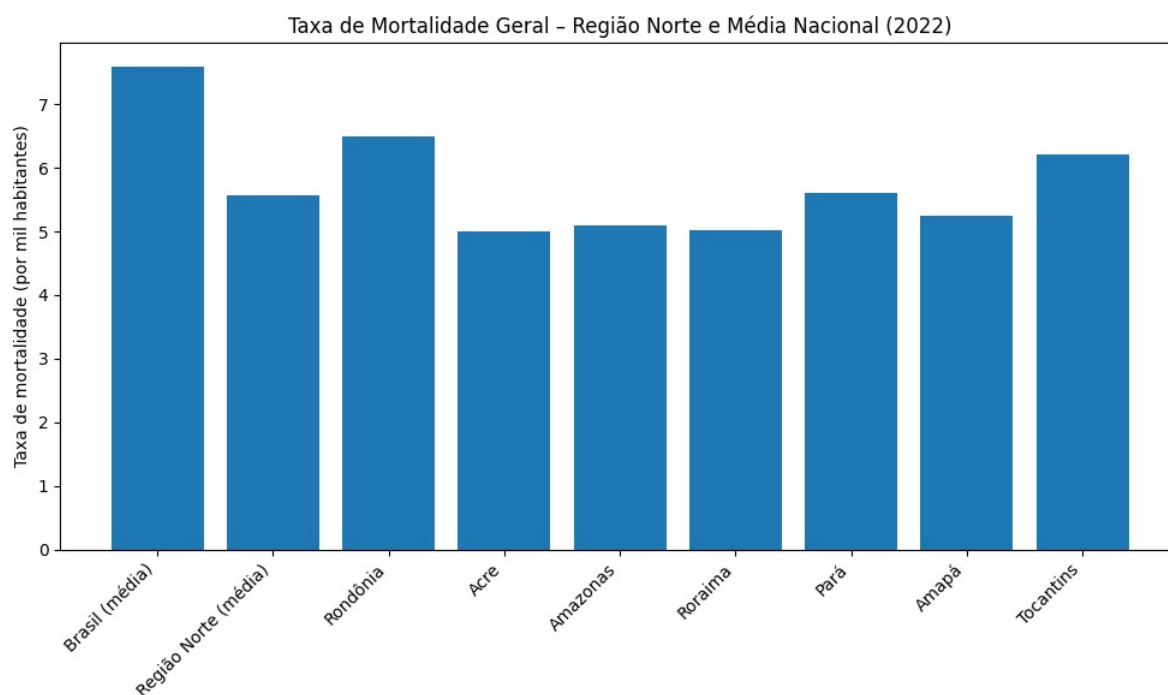
**Palestras presenciais (10%)**: realizadas em bairros estratégicos.

**Parcerias locais (10%)**: com MEIs, igrejas, salões, sindicatos.

**Eventos em bairros (10%)**: feiras, escolas, associações.

**YouTube (5%)**: apoio com vídeos explicativos para quem busca conteúdo mais aprofundado.

Gráfico 3 – Taxa de mortalidade geral por estado da Região Norte e média regional e nacional (2022)



Fonte: DATASUS / IBGE / FAPESPA (2023).

Conforme apresentado no Gráfico, a taxa de mortalidade média nacional em 2022 foi de 7,59 por mil habitantes, superior à média da Região Norte, que registrou 5,56 por mil habitantes. Observa-se que estados como Rondônia (6,49) e Tocantins (6,20) apresentaram taxas acima da média regional, reforçando a importância de estratégias de proteção financeira e conscientização da população quanto à necessidade do seguro de vida.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo evidenciou que o seguro de vida, quando associado a estratégias de educação financeira e comunicação acessível, configura-se como uma importante ferramenta de proteção econômica e estabilidade social, especialmente em contextos marcados pela informalidade do trabalho, como o município de Porto Velho (RO). A atuação prática da autora permitiu observar que a resistência à contratação do seguro está mais relacionada ao desconhecimento sobre seus benefícios do que à ausência de necessidade por parte das famílias.

Os resultados demonstraram que ações educativas, tanto presenciais quanto digitais, contribuem significativamente para ampliar a compreensão e a aceitação do seguro de vida enquanto instrumento de planejamento financeiro e proteção familiar. A utilização de linguagem simples, exemplos práticos e a aproximação com lideranças locais mostraram-se estratégias eficazes para o fortalecimento da cultura previdenciária, favorecendo decisões financeiras mais conscientes por parte da população atendida.

Como limitação da pesquisa, destaca-se o fato de o estudo basear-se predominantemente na observação prática da autora e em um recorte geográfico específico, o que restringe a generalização dos resultados para outras regiões com características socioeconômicas distintas. Ainda assim, os achados contribuem de forma relevante para a compreensão do papel da educação financeira na ampliação do acesso ao seguro de vida, sugerindo a possibilidade de estudos futuros com abordagens quantitativas e abrangência regional ampliada.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg)**. *Panorama do seguro de vida no Brasil – 2023*. Rio de Janeiro: CNseg, 2023. Disponível em: <https://www.cnseg.org.br>. Acesso em: 8 jul. 2025.

BRASIL. **Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi)**. *Boletim estatístico: vida e previdência – dezembro 2023*. Brasília: FenaPrevi, 2024. Disponível em: <https://www.fenaprevi.org.br>. Acesso em: 8 jul. 2025.

BRASIL. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)**. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua): informalidade no Brasil*. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 8 jul. 2025.

BRASIL. **Receita Federal do Brasil**. *Estatísticas de microempreendedores individuais (MEI)*. Brasília: RFB, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal>. Acesso em: 26 dez. 2025.

BRASIL. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).** *Perfil dos microempreendedores individuais no Brasil*. Brasília: SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 26 dez. 2025.

DATASUS. **Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde.** *Indicadores de mortalidade – Região Norte*. Brasília: Ministério da Saúde, 2022. Disponível em: <https://datasus.saude.gov.br>. Acesso em: 26 dez. 2025.

FAPESPA. **Fundação Amazônia de Amparo a Estudos e Pesquisas.** *Indicadores sociais e demográficos da Região Norte*. Belém: FAPESPA, 2023. Disponível em: <https://www.fapespa.pa.gov.br>. Acesso em: 26 dez. 2025.

FIGUEIREDO, Marcelo. *Proteção financeira: da teoria à prática*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.

FURASTÉ, Pedro Augusto. *Metodologia científica do trabalho acadêmico*. 20. ed. Porto Alegre: Dáctilo Plus, 2022.

INFE – **Instituto de Educação Financeira.** *Relatório de inclusão financeira no Brasil – 2022*. São Paulo: INFE, 2022. Disponível em: <https://www.educacaofinanceira.org.br>. Acesso em: 8 jul. 2025.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia científica*. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

LUSARDI, Annamaria; MITCHELL, Olivia S. The economic importance of financial literacy: theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, v. 52, n. 1, p. 5–44, 2014.

MAZUCATO, Thiago. *Metodologia da pesquisa científica*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

MONGERAL AEGON. *Relatório institucional 2024: proteção e futuro*. Rio de Janeiro: MAG Seguros, 2024. Disponível em: <https://www.mag.com.br>. Acesso em: 8 jul. 2025.

OCDE. **Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico.** *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*. Paris: OECD Publishing, 2018. Disponível em: <https://www.oecd.org>. Acesso em: 26 dez. 2025.

SANDERO, Luiz Carlos. *Fundamentos de seguros de vida e previdência*. São Paulo: Atlas, 2014.

TOZONI-REIS, Marília Freitas de Campos. *Metodologia da pesquisa científica*. 2. ed. Curitiba: IESDE Brasil, 2019.

## **APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE LEVANTAMENTO PARA O PLANO DE AÇÃO EDUCATIVO SOBRE SEGURO DE VIDA**

Este instrumento foi elaborado com a finalidade de coletar informações junto a trabalhadores autônomos, microempreendedores individuais (MEIs) e trabalhadores informais do município de Porto Velho (RO), visando identificar o nível de conhecimento, percepção e interesse sobre o seguro de vida, bem como subsidiar a elaboração do plano de ação educativo proposto nesta pesquisa.

Questionário aplicado aos participantes

### **1. Perfil do Respondente**

1. Faixa etária:

- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 55 anos
- Acima de 55 anos

2. Sexo:

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não informar

3. Atividade profissional:

- Microempreendedor Individual (MEI)
- Trabalhador autônomo informal
- Profissional liberal
- Trabalhador por aplicativo
- Outro: \_\_\_\_\_

4. Renda média mensal aproximada:

- Até 1 salário mínimo
- De 1 a 2 salários mínimos
- De 2 a 3 salários mínimos
- Acima de 3 salários mínimos

### **2. Conhecimento sobre Seguro de Vida**

5. Você possui seguro de vida atualmente?

- Sim
- Não

6. Caso não possua, qual o principal motivo?

- Falta de conhecimento sobre o produto
- Considera o valor elevado

- Nunca recebeu oferta
- Não considera necessário
- Outro: \_\_\_\_\_

7. Antes deste atendimento, você sabia que o seguro de vida pode oferecer (assinale as alternativas que conhecia):

- Indenização em caso de morte
- Cobertura para invalidez por acidente ou doença
- Auxílio para despesas médicas
- Proteção financeira para a família
- Não conhecia nenhuma dessas coberturas

### **3. Educação Financeira e Proteção Familiar**

8. Você contribui regularmente para o INSS ou previdência privada?

- Sim
- Não
- Às vezes

9. Em caso de acidente ou doença grave, sua família teria reserva financeira para se manter por pelo menos seis meses?

- Sim
- Não
- Não sabe informar

10. Você considera importante possuir algum tipo de proteção financeira para sua família?

- Muito importante
- Importante
- Pouco importante
- Não considera importante

### **4. Avaliação após a Orientação (Plano de Ação Educativo)**

11. Após receber a explicação sobre o seguro de vida, sua percepção sobre o tema mudou?

- Sim, de forma significativa
- Mudou parcialmente
- Não mudou

12. Você considera contratar um seguro de vida após a orientação recebida?

- Sim
- Talvez
- Não

13. Qual valor mensal você considera acessível para investir em um seguro de vida?

- ( ) Até R\$ 30,00
- ( ) De R\$ 31,00 a R\$ 50,00
- ( ) De R\$ 51,00 a R\$ 80,00
- ( ) Acima de R\$ 80,00

## 5. Observações do Participante

14. Na sua opinião, quais são as principais dificuldades enfrentadas por trabalhadores informais para contratar um seguro de vida?

### Registro complementar do pesquisador

As respostas obtidas por meio deste questionário foram organizadas em planilhas eletrônicas e complementadas por registros em diário de campo, permitindo a análise descritiva e qualitativa dos dados.

## APÊNDICE B – MATERIAL DE DIVULGAÇÃO UTILIZADO PELA AUTORA

Registro de ação educativa realizada em redes sociais sobre seguro de vida

É possível utilizar um

# SEGURO DE VIDA EM VIDA?

Poucas pessoas sabem, mas o Seguro de Vida pode ser utilizado, **dependendo das coberturas da apólice contratada**, em situações como:

- ✓ Invalidez
- ✓ Indenização por doenças graves
- ✓ Afastamento temporário
- ✓ Cirurgias e internações

#SegurodeVida | Faça sua cotação. (69) 98449-7856

TRANSPARÊNCIA  
CORRETORA DE SEGUROS

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Material digital utilizado para conscientização sobre proteção financeira

**Gabriela Carvalho**

CORRETORA DE SEGUROS

Me chama e eu te ajudo a encontrar o seguro ideal para você e sua família!

(69) 98449-7856

TRANSPARÊNCIA  
CORRETORA DE SEGUROS

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

**Exemplo de conteúdo informativo compartilhado via Instagram com clientes.**