



Bolsas Na sexta-feira São Paulo Nova York	Pontuação B3 Ibovespa nos últimos dias 110.124 112.899 28/9 29/9 30/9 1/10	Salário mínimo R\$ 1.100	Dólar Na sexta-feira R\$ 5,369 (▼1,42%) Últimas cotações (em R\$) 24/setembro 5,344 27/setembro 5,378 28/setembro 5,424 29/setembro 5,430 30/setembro 5,446	Euro Comercial, venda na sexta-feira R\$ 6,228	Capital de giro Na sexta-feira 6,76%	CDB Prefixado 30 dias (ao ano) 6,25%	Inflação IPCA do IBGE (em %) Abril/2021 0,31 Maio/2021 0,83 Junho/2021 0,53 Julho/2021 0,96 Agosto/2021 0,87
---	--	---	--	--	--	--	---

Seja por ter visto amigos e parentes ficarem sem renda da noite para o dia em meio à pandemia, seja pela perda dos provedores, vítimas da covid-19, o brasileiro adulto intensificou a procura por seguradoras. Aumento é destaque na faixa entre 30 e 45 anos

Jovens mais cautelosos

» FERNANDA STRICKLAND

Com a pandemia do novo coronavírus, mais brasileiros decidiram contratar apólices de seguro, a fim de assegurar financeiramente parentes e dependentes, em caso de falecimento do provedor familiar. O que chama mais a atenção, contudo, é o fato de que pessoas mais jovens têm buscado essa proteção. O surgimento da doença e suas consequências geraram uma nova percepção sobre os seguros de vida: a importância de prevenir eventuais prejuízos a familiares, bens, negócios e a si mesmo.

André Serebrinic, diretor de Vida, Previdência, Capitalização e Odonto da Mapfre, afirma que os dados da empresa mostram que, durante a pandemia, o segmento de seguros de vida cresceu em todo o país. “No primeiro semestre deste ano em comparação ao mesmo período de 2020, a Mapfre registrou um aumento próximo a 10% na adesão aos seguros de vida — incluindo todas as faixas etárias, mas, principalmente, os consumidores na faixa entre 30 e 45 anos, com família constituída”, analisa.

Segundo David Legher, diretor estatutário da FenaPrevi e CEO da Prudential Brasil, a covid-19 provocou uma reflexão maior sobre a finitude da vida e sobre a vulnerabilidade da população, chamando a atenção para a necessidade de se estar preparado financeiramente para lidar com essas situações. “A pandemia também acelerou a transformação digital nas seguradoras, aperfeiçoando a experiência de compra e aproximando as novas gerações de consumidores”, explica.

Serebrinic explica que, com o objetivo de elevar a expectativa de vida, os consumidores na faixa etária entre 30 e 45 anos formam a maioria daqueles que contrataram seguros de vida da empresa, principalmente neste ano. “Boa parte desses segurados se atentou para o fato de que quanto mais jovem a pessoa contratar um seguro e tiver um estilo de vida com menor exposição a riscos, menor será o risco assumido pela seguradora. Ou seja, o valor pago mensalmente pelo segurado tende a ser menor, já que ele terá um tempo maior de contribuição e menor chance de resgatar o valor total no curto prazo”, destaca.

Mercado

Além disso, observa o diretor da Mapfre, o seguro possui coberturas relacionadas a eventos que podem ocorrer na vida de qualquer pessoa, independentemente da idade. “Como, por exemplo, as coberturas de diária de internação hospitalar — que podem ser por acidente ou por evento cirúrgico, dependendo do que foi contratado”, completa.

Vale destacar que o seguro de vida tem uma importância fundamental tanto social quanto econômica. Segundo Márcio Batistuti, diretor de Varejo da MAG

Seguros, é um mercado que promove a movimentação do dinheiro. “Vale destacar as inúmeras oportunidades de negócios para corretores e a garantia de que os clientes e seus beneficiários não percam o poder de renda, padrão de vida ou tenham a dilapidação de seu patrimônio diante de riscos”, destaca. Segundo dados da Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg), a arrecadação do setor de vida no Brasil superou R\$ 26 bilhões em prêmios.

O mercado segurador brasileiro pagou, até junho, segundo a FenaPrevi, mais de R\$ 3 bilhões em seguro de vida em razão da pandemia do coronavírus, embora pandemias e epidemias não estejam entre as coberturas incluídas no seguro de vida. Segundo a advogada especialista em seguros Luiza de Alencar, o aumento das mortes por covid-19 tornou o papel do seguro de vida mais relevante, até porque muita gente acabou perdendo o plano de saúde em meio à pandemia.

“Isso porque, muitos jovens, que contribuem para o sustento dos pais idosos, começaram a se preocupar em deixar algum tipo de amparo para sua família. Além disso, uma vez que a taxa de desemprego aumentou bruscamente com a doença, muitos jovens perderam planos de saúde. Os seguros de vida hoje trazem assistência para doenças graves, internações, incapacidade temporária e cirurgias. As operadoras passaram a oferecer, além do pagamento aos dependentes do segurado em caso de morte, alguns benefícios como terapia online, assistência pet, internação hospitalar, o que ajudou na emissão

recorde das apólices”, observa. Ela reforça que o seguro de vida tem como objetivo a proteção econômica e financeira do segurado e de sua família. “Em síntese, ele garante uma indenização ao beneficiário em caso de falecimento do segurado. Ou seja, o seguro de vida serve para proteger financeiramente as pessoas dependentes do segurado. O principal benefício do seguro de vida é proteger a renda e o padrão de vida da família”, reforça a advogada do escritório Kolbe Advogados Associados.

O tradutor Moisés Wanzeller, 26 anos, é um dos jovens adultos que optaram em fazer um seguro de vida em razão da covid-19. “Por conta da pandemia, ficou muito claro, pelo menos para mim, que a vida é algo muito sensível. Um dia, você está aqui e, no outro, você pode simplesmente não estar. Por conta disso, eu não queria deixar minha família desamparada, os beneficiários”, justifica o brasileiro, que colocou todo o núcleo familiar imediato como beneficiários, esposa, pai e mãe.

Dentro disso, também tem a cobertura do próprio Moisés, que não inclui apenas morte, mas invalidez, acidente de trabalho, falecimento de alguém, não necessariamente ele, e internação em hospital, a depender do caso. “São algumas situações as quais todos nós, vivos, estamos sujeitos. Viver é um risco constante e basicamente foram esses os motivos”, diz.

A bióloga Raissa Costa, 24 anos,

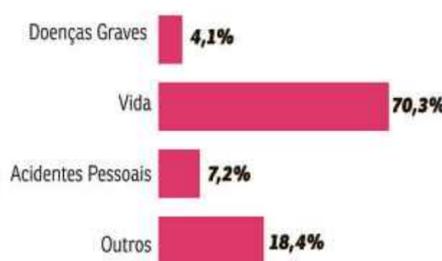


O bom desempenho das categorias mostra um consumidor atento não apenas à proteção de seus beneficiários, mas também focado na utilização do produto em vida.

AUMENTO DE JANEIRO A JULHO DE 2021



REPRESENTAÇÃO NO MERCADO DE SEGUROS



CLIENTES JOVENS

Crescimento de novos clientes com até 30 anos de idade reflete uma mudança de cultura e aumento da conscientização do brasileiro em torno do planejamento financeiro para o futuro

Até 30 anos no DF



Fonte: Prudential do Brasil, MAG Seguros e Mapfre

SEGURO DE VIDA

O segmento cresceu em todo o país. No primeiro semestre deste ano, em comparação ao mesmo período de 2020, a Mapfre registrou um aumento próximo a 10% na adesão aos seguros de vida — incluindo todas as faixas etárias, como os consumidores na faixa entre 30 e 45 anos, com família constituída. Aumento de 10% em todas as faixas etárias

Pacifico/CB/D.A Press

mora em Curitiba e conta que, inicialmente, aderiu a um seguro de vida por exigência do trabalho. “Era uma taxa baixa e cobria acidente de trabalho, cobria alguns seguros úteis, como chaveiro e guincho. É uma coisa boa por não cobrir apenas a vida”, lembra. Mesmo desligada da empresa na qual trabalhava, contudo, ela escolheu manter o seguro de vida. “Devido às coberturas que possui, decidi manter, pois são muitos benefícios úteis”, complementa.

Cuidado em vida

O consultor de Proteção Financeira da Metlife, Luis Reis, qualifica que o seguro de vida, diferentemente do que a grande maioria pensa, serve para muito mais do que apenas deixar um valor em dinheiro para a família. “Em se tratando de seguro de vida, o objetivo principal é proteger o dono dessa vida, ou seja, o próprio segurado. Todo mundo sabe que, em casos

como diagnóstico de doença grave, situação de invalidez total ou parcial, a pessoa fica em uma situação de desespero. Ela vai atrás de tudo que for possível para solucionar o problema e acaba se afastando um pouco do trabalho, fazendo com que pare de produzir. Mas as contas acabam chegando”, afirma.

Luis conta que é nessa hora que o seguro entra em cena, indenizando, de maneira total ou parcial, o valor que o segurado contratou na apólice, que pode variar de R\$ 60 mil a R\$ 1 milhão. “Dessa forma o segurado fica mais tranquilo para se recuperar sem pensar em dinheiro, num momento em que tem que se tratar. Em caso de internação hospitalar, o cliente também recebe um valor a partir de 5 dias internado. Também temos a proteção da renda para casos em que o cliente não tem condições de trabalhar, o seguro também protege seus proventos. Chamamos essas coberturas de benefício em vida”, explica.

Preocupação com o amanhã

Os quase 600 mil óbitos por covid-19 no país provocam insegurança com relação ao dia de amanhã. Para a psicóloga clínica Alessandra Araújo, foi preciso aprender uma nova forma de encarar os dias, diante da iminência da morte. “O corre-corre do dia a dia deu lugar ao isolamento social, estar com o outro era arriscado, o abraço e o contato físico deixaram de existir e nos fizemos perceber que somos seres sociais e precisamos do contato físico”, explica a psicóloga.

O seguro de vida remete à estabilidade. De acordo com Alessandra, uma apólice, muitas vezes, não visa àquele que a contrata, mas pretende assegurar àqueles que o contratante indica como beneficiários.

Os jovens têm buscado a autossustentação, além de retribuir aos seus cuidadores o esforço que tiveram com eles, opina.

“Fazer um seguro que não cobre pandemia, nem epidemia pode parecer um ato de desespero e angústia, diante da possibilidade do risco de morte e insegurança diante da partida. Além do cenário pandêmico, também contamos com pessoas que passaram a pensar um pouco mais no futuro, sem ansiedade, esquecendo o presente. Pelo contrário, viver o hoje se tornou uma nova realidade, a constatação de que a vida não é eterna e que é necessário estar preparado para isso, conduz o indivíduo a pensar no futuro”, ressalta a psicóloga.

Além disso, segundo Alessandra, ao se isolar, a pessoa deixa de ter contato com os outros e, devido à ameaça de morte, o psíquico não resiste a tanta pressão causando crises de pânico, ansiedade, depressão e percepção de uma saúde mental fragilizada. “Não é fácil para quem sempre esteve perto ficar só. As pessoas começaram a entrar em contato com suas demandas internas, que antes eram silenciadas pelo corre-corre do dia a dia. Uma outra síndrome que surgiu nessa pandemia foi a síndrome da cabana, que consiste em se achar seguro apenas em sua casa. Existe uma dificuldade em algumas pessoas, hoje, de saírem de casa para ir à padaria comprar um pão ou dar uma simples volta no quarteirão”, destaca. (FS)

Falta de costume

O consultor de Proteção Financeira da Metlife, Luis Reis, ressalta que, no Brasil, o seguro de vida não é algo cultural, e que as pessoas desconhecem que um seguro pode socorrer o segurado em casos de doenças graves e invalidez. “Assim, continuam achando que vale apenas em caso de morte. Essa falta de conhecimento atrapalha um pouco nosso trabalho, porque, se a grande maioria da população tivesse um seguro de vida, as estruturas das famílias não ficariam tão abaladas financeiramente na ausência de um provedor, que teria todo o planejamento com ensino dos filhos e inventário resolvido de maneira organizada. Chamamos isso de planejamento financeiro inteligente”, argumenta.

David Legher, diretor estatutário da FenaPrevi e CEO da Pru-

dential Brasil, conta que no Brasil, apenas 15% da população brasileira conta com seguro de vida, enquanto nos Estados Unidos, por exemplo, 70% da população têm esse tipo de seguro. “No Japão, o índice chega a 90%. Acredito que o aumento no número de cidadãos protegidos pelo seguro promoverá uma população mais amadurecida e preparada para evitar situações de fragilidade social”, opina.

Para o especialista, contudo, essa conscientização está aumentando. “Os dados da FenaPrevi mostram que a arrecadação do seguro de vida no Brasil cresceu 30,9% de janeiro a julho de 2021, comparado ao mesmo período de 2020, o que demonstra o quanto as pessoas realmente estão mais preocupadas em se proteger financeiramente”, informa. (FS)