

**Para Edson Franco, crescimento contínuo desde 2017 e aumento da demanda durante a pandemia mostram que ramo ainda tem muito espaço para se desenvolver**



“Seguro de Vida: Impactos da pandemia e necessidade de proteção” foi o tema da palestra do presidente da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), Edson Franco, no almoço do Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP), realizado no dia 9 de agosto, no Terraço Itália. Franco e a diretora Executiva da FenaPrevi Beatriz Piñeiro Herranz foram recebidos no evento pelos vice-presidentes do CVG-SP, Marcio Batistuti e Gustavo Toledo, que representaram, na ocasião, o presidente Marcos Kobayashi, ausente por recomendação médica.

Franco destacou o potencial do seguro vida e dos demais ramos de seguros de pessoas, que desde 2017 registram crescimento contínuo de 10% ao ano na arrecadação de prêmios, somando R\$ 51 bilhões, apenas em 2021. Para dimensionar esse bom desempenho, ele comparou o resultado com a evolução do seguro automóvel, que no mesmo período cresceu apenas 3% ao ano. Já a previdência privada também cresceu 5% na captação bruta, alcançando R\$ 138 bilhões em 2021.

Franco observou que a pandemia fez aumentar a procura pelos seguros de pessoas, em especial os seguros de vida, prestamista, doenças graves e seguro funeral. O mais importante, no entanto, foi o volume de recursos que o mercado de seguros devolveu à sociedade na forma indenizações, que apenas no ano passado atingiu R\$ 17,6 bilhões, dos quais R\$ 5 bilhões para sinistros causados por covid. Entre abril de 2020 e junho de 2022, o setor pagou R\$ 6,8 bilhões em sinistros de morte por covid, beneficiando 183 mil famílias.

Para o dirigente, a decisão da maioria das seguradoras de indenizar sinistros por covid, apesar de a pandemia ser um risco excluído das apólices, foi uma demonstração de coragem. “Foi como um cheque em branco, mas a decisão foi correta do ponto de vista ético e moral e preservou a imagem do setor”, disse. Já a previdência privada, que experimentou alta de resgates no ano passado,

também deu a sua contribuição. “O fato é que a liquidez da previdência serviu para socorrer as pessoas no momento de desemprego, de necessidade”, disse.

## **Potencial**

Apesar de o Brasil ocupar o 13º lugar no ranking da economia mundial, o seguro de pessoas está na distante 37ª posição de participação de prêmios no PIB, atrás de países como Chile, Bolívia e Uruguai. Para Franco, esse descompasso demonstra que o ramo tem muito potencial de crescimento. “Sei que depende de maior renda e de conscientização das pessoas, mas o potencial existe e algumas coisas estão ao nosso alcance”, disse.

Franco apresentou dados de uma pesquisa encomendada pela FenaPrevi ao Datafolha, em 2021, que demonstram o impacto da covid no comportamento das pessoas, revelando, inclusive a preocupação com a proteção familiar. A pesquisa apontou que durante a pandemia 17% dos entrevistados fizeram algum tipo de seguro (6% de vida e 8% de saúde). “Com a pandemia, a morte deixou de ser um tabu. Está mudando a percepção das pessoas em relação à necessidade de proteção da renda. É uma oportunidade que não podemos perder”, disse.

A pesquisa também revelou um cenário contraditório: 62% dos que têm seguro de carro não têm seguro de vida. No entanto, destes, 68% estão dispostos a repensarem. Para Franco, o dado demonstra não apenas o gap de proteção à renda no país, como evidencia o papel do mercado segurador. A seu ver, a população tem um entendimento limitado do que é proteção à renda familiar, que envolve também doenças e longevidade. “Não existe proteção patrimonial se não houver proteção à renda. Isso tem de estar claro para que as pessoas percebam a importância dessa proteção”, disse.

## **Papel do mercado**

O papel do mercado segurador, em especial da FenaPrevi, segundo Franco, é atuar, principalmente, junto ao governo para que as seguradoras possam estruturar produtos mais adequados às necessidades da população. Durante os debates, Batistuti, vice-presidente do CVG-SP, observou que os profissionais de investimento estão enxergando o seguro de vida como meio de rentabilizar negócios e para vender usam argumentos como “blindagem patrimonial”, “sucessão empresarial” e outros não utilizados pelo mercado.

Franco respondeu que é preciso ter cuidado com a argumentação de venda do seguro de vida para que não seja usado como instrumento de fraude aos herdeiros necessários. Por outro lado, reconhece que os produtos de seguros de pessoas tendem a caminhar para o “perímetro” de saúde (como doenças graves), para a formação de poupança, caso seja conjugado com a previdência (referindo-se ao PrevSaúde) e também para a formação de poupança (citando os dotais e o Universal Life). “Argumentos de venda não faltam”, disse.

Questionado pela presidente da Delphos, Elisabete Prado, se pandemia serviu para mudar a imagem negativa que o seguro tem perante a sociedade, Franco discordou e disse não enxergar má vontade do consumidor em relação ao seguro, mas falta de conhecimento. Utilizar o volume de indenizações pagas por covid como propaganda para o seguro foi uma questão discutida no mercado e descartada. “Seria difícil sensibilizar a população sem parecer estar explorando uma situação difícil em favor comercial”, disse.

O advogado e consultor Antonio Penteado Mendonça também tocou na mesma questão, observando que falta ao mercado uma comunicação eficiente. Franco concordou, mas reconheceu que esse quadro está mudando. “Temos trabalhado em vários níveis e um deles é o diálogo com o governo, que está melhorando. Com o consumidor final o desafio é grande. Mas, hoje mesmo, divulgamos releases à imprensa, mencionado o volume de sinistros pagos. Temos de falar com mais ênfase sobre o benefício que o setor devolve à sociedade”, disse.

## **Retorno de associada**

O evento do CVG-SP foi encerrado com a formalização do retorno da Delphos ao quadro associativo do CVG-SP. Segundo a presidente da Delphos, Elisabete Prado, a empresa ficou afastada apenas no período da pandemia. “Logo que retornamos ao presencial, voltamos para o CVG-SP, pelo qual temos muito carinho”, disse. Batistuti falou da satisfação da volta da Delphos. “Agora o time está completo. São 45 associadas, das quais 20 seguradoras, 3 resseguradoras, 17 corretoras de seguros e 5 prestadoras de serviços”, disse.

Fotos do evento: [Clique aqui](#)

Trabalho apresentado pela FenaPrevi: [Clique aqui](#)

**Fonte:** Márcia Alves, em 11.08.2022

**Fotos:** Antranik Photos