



Existe seguro de vida para astronauta?

O seguro de vida é importante aliado na manutenção financeira de uma família no caso de o contratante vir a falecer ou a perder a sua capacidade laboral. E quanto mais sujeita a riscos uma pessoa está, mais necessária é essa proteção. Entretanto, certos profissionais podem encontrar mais restrições para adquirir o produto, devido à dificuldade de mensurar os riscos envolvidos, como é o caso, por exemplo, dos astronautas.

Isso aconteceu, por exemplo, com Jeff Bezos e seus companheiros na viagem espacial realizada em 2021, quando as seguradoras se recusaram a fazer um seguro de vida para os tripulantes da Blue Origin.

“O turismo espacial envolve um risco significativo, mas não é uma questão que as seguradoras de vida especificamente questionem ainda, porque é muito raro alguém viajar para o espaço”, disse o porta-voz do Insurance Information Institute, Michael Barry

Em 2003, quando ocorreu a explosão na nave Columbia, que a Nasa estava mandando para o espaço, seis dos sete astronautas americanos a bordo não possuíam seguro de vida por acidente de trabalho, ainda que a Nasa tenha se responsabilizado temporariamente pela manutenção de suas famílias.

Já o Governo Brasileiro teve que pagar um seguro de vida no valor de US\$ 1 milhão para o astronauta Marcos Pontes em sua missão na Estação Espacial Internacional em 2006. O produto indenizaria o astronauta em ocorrências como perda definitiva, total ou parcial de um membro em virtude de lesão física causada por acidente ou seus beneficiários em caso de morte por acidente

Voltando um pouco mais no tempo, na época do Programa Espacial Apollo, nos anos 1970, os astronautas envolvidos também não conseguiram contratar seguros de vida, pois o valor cobrado correspondia a uma verdadeira fortuna.

Ciente que embarcavam em uma das missões mais arriscadas de suas vidas, para contornar a

situação e tentar garantir alguma segurança às suas famílias, Neil Armstrong e os demais tripulantes da Apollo 11 deixaram uma série de autógrafos antes do lançamento, sabendo que, caso não retornassem, eles poderiam ser vendidos por uma boa soma.



Seguro Garantia foi tema de debate no encerramento do Congresso da AIDA

“A emergência climática está aí, com catástrofes cada vez mais severas, gerando muito impacto nas infraestruturas, e pensar em soluções de seguro nesse sentido é fundamental”, afirmou a diretora de Sustentabilidade e Relações de Consumo da CNseg, Ana Paula de Almeida Santos, em sua participação no painel “Seguro Garantia e seu papel no desenvolvimento econômico”, realizado durante o Congresso Brasileiro de Direito de Seguro e Previdência, organizado pela Associação Internacional de Direito de Seguro (AIDA) seção Brasil.

Criado a partir da Lei 11.382/06, o Seguro Garantia tem como finalidade reduzir o risco de contratos, garantindo que o segurado seja indenizado caso determinada condição contratual seja descumprida. Ele pode ser utilizado em diversas situações e, particularmente, em obras de infraestruturas.

Segundo Ana Paula, não é possível pensar no desenvolvimento do país sem uma infraestrutura que o suporte e, “para isso, as oportunidades estão postas”. Ela lembrou que em 2025 o Brasil sediará a COP 30, a Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas, na cidade de Belém do Pará, quando deverá ocorrer uma série de obras de infraestrutura.

Mas, apesar de ainda ter muito a se desenvolver, o Seguro Garantia vem ganhando mercado. A diretora da CNseg informou que nos últimos dois anos, ele cresceu 23%, tendo arrecadado R\$ 5,8 bilhões, apesar de considerar que ainda se trata de um produto muito concentrado, com três seguradoras sendo responsáveis por 40% do market share. Ela também elogiou o chamado “marco do step in”, uma cláusula que foi introduzida pela Lei 14.133/21, a Lei de Licitações, que prevê que a seguradora assuma a responsabilidade pela conclusão da obra segurada em caso de inadimplência do contratado.

Ana Paula encerrou sua apresentação convocando o setor segurador a aproveitar o momento para repensar o Seguro Garantia e se colocar na agenda de sustentabilidade.

Seguradoras devem avaliar bem os riscos do contrato e do contratante

Também participando do painel, o diretor Técnico da Susep, Carlos Queiroz, lembrou que o Seguro

Garantia ainda tem uma compreensão que “deixa a desejar” por parte dos contratantes e, particularmente, do setor público e, para ajudar nesse esclarecimento, a Susep disponibilizou em seu site um manual para explicar essa “complexa figura jurídica”. Para as seguradoras, recomendou que, na hora da subscrição de risco, o contratante e o objeto do contrato sejam muito bem avaliados, bem como a aptidão do contratante para executar a obra. Além disso, firmado o contrato, é importante que a seguradora acompanhe a obra de perto. Postas as recomendações, o diretor da Susep afirmou acreditar que “a sociedade vivenciará um ciclo virtuoso derivado do Seguro Garantia”.

Seguradoras precisam reavaliar certos paradigmas

A diretora de Credit Speciality da Marsh Brasil, Carolina Jardim, contou um pouco da história do Seguro Garantia, que foi criado na década de 1990 para apoiar o mercado de infraestrutura, mas houve um desvio de seu foco, visto que o que acabou sustentando esse mercado foi o Seguro Garantia Judicial, “como não acontece em nenhum outro lugar do mundo”.

Para reverter esse quadro, além de uma maior proximidade entre as seguradoras e os tomadores públicos, com a redução da assimetria de informações entre as partes, ela destaca a necessidade da melhoria da regulação dos sinistros e da criação de novas coberturas, mais efetivas. “O mercado de seguros precisa evoluir na mesma velocidade do setor de infraestruturas, reavaliando certos paradigmas”, afirmou. Para isso, segundo ela, alterações regulatórias e legislativas também podem colaborar.

Mediado pelo presidente da AIDA, Juliano Ferrer, o painel sobre o Seguro Garantia fechou os dois dias do evento realizado no Rio de Janeiro, com o objetivo de fomentar estudos, reflexões e debates sobre a dimensão jurídica dos institutos de seguro, resseguro e previdência privada.



Plano de Desenvolvimento do Mercado Segurador completa um ano

Em 12 meses, o plano que contempla 65 iniciativas e coloca o consumidor no centro da estratégia, contabiliza 11% das ações concluídas e 60% em andamento. 29% serão executadas até 2030, período para entrega das metas estipuladas.

A Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) acaba de anunciar os resultados do primeiro ano do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros, Previdência Aberta, Saúde Suplementar e Capitalização (PDMS). A iniciativa, que coloca o consumidor no centro da estratégia, tem como meta alcançar três objetivos até 2030: 1) promover a adesão aos produtos do mercado de seguros, capitalização, previdência e saúde suplementar pela sociedade em 20%; 2) elevar o pagamento de

indenizações, benefícios, sorteios, resgates e despesas médicas e odontológicas para 6,5% do PIB e 3) aumentar a arrecadação no mesmo indicador em 10% até 2030.

Dyogo Oliveira, presidente da CNseg, está otimista com o andamento das 65 iniciativas transversais que integram o plano, frutos dos esforços conjuntos da entidade e das federações que a compõe: FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde e FenaCap, além da Fenacor, que representa os corretores e empresas que operam no setor. “Nós concluímos 11% das ações e 60% delas estão em andamento. As outras 29% restantes serão contempladas ao longo dos próximos anos”. Em números absolutos, o PDMS contabiliza 39 ações em andamento e 19 previstas para serem colocadas em prática nos próximos seis anos.

As sete ações concluídas são:

1. Expansão da Telessaúde - Publicação da Lei nº 14.510, de 27/12/2022, que altera a Lei nº 8.080, de 19/10/1990, e autoriza e disciplina a prática da telessaúde em todo o território nacional.

2. Mobilização para a prevenção e Combate às fraudes - Campanha “Saúde sem Fraude” lançada pela FenaSaúde para orientar a sociedade sobre o bom uso do plano de saúde e a importância do engajamento na prevenção e combate às fraudes.

3. Inclusão do seguro como instrumento mitigador do risco de crédito das instituições financeiras - Resolução BCB nº 324 de 14/6/2023 que reconhece como mitigadores de risco de crédito dos bancos, o derivativo de crédito ou garantia fidejussória providos por seguradoras (seguros de crédito).

4. Desenvolvimento de modelos mais modernos de desacumulação, que possam incentivar a conversão em renda: “ciclos de renda” - Publicação das Resoluções CNSP 463/24 e 464/20, em 19 de fevereiro de 2024, com a finalidade de tornar os produtos de acumulação (planos de previdência complementar aberta e de seguros de pessoas) mais compatíveis e adaptados às necessidades dos consumidores, criando condições mais favoráveis à formação de poupança previdenciária no país, ao desenvolvimento do mercado de anuidades e à ampliação da eficiência e da competitividade no segmento. Necessita de circulares Susep.

5. Possibilidade de opção da tributação, entre o regime regressivo ou progressivo, ser feita pelo participante quando do primeiro resgate ou da concessão do benefício, o que ocorrer primeiro - Publicação da Lei nº 14.803, de 10 de janeiro de 2024, que altera a Lei nº 11.053/2004 e permite que o participante escolha seu regime tributário no momento da obtenção de seu benefício ou do primeiro resgate de sua reserva previdenciária.

6. Inclusão de Títulos de Capitalização da Modalidade Instrumento de Garantia como garantia para contratações públicas - Lei nº 14.770 de 22/12/2023 altera a Lei nº 14.133, de 1º/04/2021, para promover a gestão eficiente dos recursos relativos à aplicação dos recursos de convênios e dá outras providências (Capitalização como nova opção de garantia em processos licitatórios).

7. Proposta de Projeto de Lei do âmbito do IMS - Utilização dos recursos das provisões técnicas de capitalização como garantia de operações de crédito. Lei 14.652/2023. Regulamentação infralegal em debate na ARF.

O diretor técnico de Estudos e Relações Regulatórias e coordenador do PDMS, Alexandre Leal, explica que haverá uma nova fase a partir de agora para o Projeto. “Convidamos os integrantes do mercado de seguros a apresentarem novas propostas para serem incluídas no PDMS. Assim aumentamos o engajamento de todos, além de manter o Plano sempre atual, endereçando os temas relevantes do momento.”

De acordo com o último levantamento da CNseg, em 2023, o setor de seguros pagou mais de R\$ 225,2 bilhões em indenizações, benefícios, resgates e sorteios, um montante 2,5% superior ao

ano de 2022. O segmento que mais indenizou foi “Cobertura de Pessoas” no valor de R\$ 145,3 bilhões; seguido de “Danos e Responsabilidade”, sem DPVAT, que pagou mais de R\$ 55,4 bilhões e, por fim, “Capitalização” que reembolsou mais de R\$ 24,4 bilhões aos clientes.

Oliveira lembra que a economia também exerce influência sob o setor, uma vez que, na medida que a economia cresce, naturalmente, a adesão ao produto de seguro também aumenta. “O mercado de seguros tem uma capacidade singular de contribuir com a manutenção de uma vida mais estruturada e o PDMS é a reafirmação do compromisso do setor para isso”, conclui.



CNseg inaugura o “Seguro pra Gente” com influenciadores de todo Brasil

Com objetivo de democratizar o acesso ao seguro, a Confederação Nacional das Seguradoras escalou 20 influenciadores digitais de diversas regiões do Brasil para falar sobre a importância dos produtos de seguro, previdência aberta, saúde suplementar e capitalização.

Com o objetivo de fortalecer a cultura do seguro, levando o tema para novos públicos com linguagem acessível, a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) convidou 20 diferentes perfis de criadores de conteúdo pelo país para a Campanha “**Seguros pra Gente**”. O projeto visa prestar serviço e informar a sociedade que existe um produto de seguro para cada necessidade e que planejamento financeiro e proteção são fundamentais no dia a dia das pessoas.

“Os influenciadores vão mostrar como tudo em nossa casa, viagem, trabalho, lazer, por exemplo, estão ligados ao seguro e como é importante se informar para tomar decisões seja para o hoje e para o amanhã. Na campanha abordaremos diferentes temas relacionados a Seguros Gerais, Previdência Aberta, Saúde Suplementar, Capitalização e Educação Financeira”, explica Carla Simões, Superintendente Executiva de Comunicação e Marketing da CNseg.

A campanha está sendo lançada no primeiro aniversário do [Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros, Previdência Aberta, Saúde Suplementar e Capitalização](#) (PDMS). O projeto, que contempla 65 iniciativas e coloca o consumidor no centro da estratégia, tem entre os objetivos aumentar a parcela da população atendida em 20% pelos diversos produtos do mercado de seguros, previdência aberta, saúde suplementar e capitalização e massificar a imagem do seguro junto à população.

Para a estreia da campanha, que será veiculada no Instagram e no YouTube, a Confederação escolheu o comediante, músico e apresentador **@cambota**, que conta com mais de 1 milhão de seguidores no Instagram.

“Esta campanha reforça o trabalho da CNseg e, também, do setor de seguros em se comunicar de uma forma mais leve e descontraída, pois entendemos que esta é a melhor estratégia de comunicação para conscientizar os brasileiros sobre o poder do seguro como ferramenta para uma vida mais estruturada e sustentável”, explica Carla.

[Clique aqui para ver o primeiro vídeo da campanha.](#)

Fonte: CNseg, em 18.03.2024