

Por Márcia Alves

Esta é a avaliação do presidente da [FenaPrevi](#), Osvaldo Nascimento, que atribui o bom desempenho dos seguros de riscos pessoais, mesmo em cenário de crise, aos investimentos do setor em educação financeira e securitária. Para ele, os produtos que tiveram maior crescimento, como prestamista, seguro viagem e auxílio funeral, foram impulsionados pelo aumento da percepção da população sobre a necessidade de se proteger contra riscos.

Entre janeiro e março, a economia retraiu 1,6% na comparação com o mesmo período do ano passado, segundo o IBGE. Já o seguro de pessoas, no acumulado de janeiro a março, cresceu 11,58% mais que o verificado no mesmo período em 2014 e somou R\$ 6,9 bilhões em prêmios. Apenas no mês de março, quando o consumo das famílias recuou 0,9%, registrando sua primeira queda desde 2003, o seguro de pessoas cresceu quase 22%. Se o seguro depende da economia para crescer, como explicar esse bom desempenho do ramo?

Para o presidente da Federação Nacional de Previdência e Vida (FenaPrevi), Osvaldo Nascimento, esse crescimento ocorreu em decorrência da maior consciência das pessoas em relação à importância do seguro, em função das ações de educação financeira, desenvolvidas pela federação e empresas do setor. “Quanto mais educação financeira e securitária a pessoa tiver, maior será sua percepção de risco e melhor será o seu entendimento do produto que está adquirindo”, explica.

Nascimento cita o exemplo do seguro prestamista, uma das modalidades mais contratadas no mês de março, que arrecadou R\$ 724 milhões em prêmios, apresentando alta de 29,61% em relação ao mesmo período do ano anterior. Apesar da queda nas operações de crédito, houve um aumento da penetração do seguro prestamista porque, em sua avaliação, as pessoas estão mais cautelosas. “O seguro se torna mais presente na vida das pessoas quanto mais próximas elas estiverem do risco”, diz.

Outro exemplo é o auxílio funeral, cujo volume de contratação registrou expansão de 25,41% e os segurados pagaram R\$ 93,6 milhões em prêmios. Embora tenha pouca representatividade no total de prêmios do ramo, o auxílio funeral tem apresentado crescimento contínuo nos últimos cinco anos, segundo Nascimento. Considerando a pouca publicidade dessa modalidade na mídia, ele atribui o bom desempenho à divulgação boca a boca da população, que passou a enxergar o valor agregado. “O produto é barato e oferece um serviço completo, que livra as pessoas do transtorno dos preparativos do funeral, como local para velório, documentação para cremação, translado etc.”, diz.

O presidente da FenaPrevi chama a atenção para um fato que considera ainda mais importante que o crescimento do ramo de pessoas acima da inflação. “As pessoas estão começando a identificar melhor quais são as suas necessidades e adquirindo o seguro mais adequado às suas necessidades”, diz. Ele aponta a ascensão do seguro viagem como o melhor exemplo do resultado de investimentos em educação financeira. “Até pouco tempo atrás não se falava em seguro viagem. Mas a divulgação de acidentes com turistas, que não tinham cobertura, por exemplo, para atendimento médico e tiveram de arcar com as despesas, trouxe a percepção de que existe um risco”, diz.

Projeção de crescimento

Apesar do crescimento em cenário de crise, o ramo de pessoas não está blindado contra os efeitos da retração econômica. Nascimento reconhece que o aumento da percepção de risco na população influenciará na manutenção do seguro, até em detrimento de outras necessidades, mas admite que se a situação econômica piorar haverá impactos. “O seguro de automóvel, por exemplo, é mais tangível porque a perda significa prejuízo patrimonial. Mas, os seguros que não representam uma

necessidade emergencial, como é o caso do seguro educação, serão cortados do orçamento em caso, por exemplo, de desemprego”, diz.

Mesmo assim, ele mantém a projeção de crescimento de 10%, divulgada pela FenaPrevi no final do ano passado e revista mês a mês. Apesar de o ramo de pessoas ter alcançado o dobro desse resultado já no primeiro trimestre, a projeção da FenaPrevi leva em conta um cenário de maior retração econômica. “Mas, para um cenário adverso, o ramo de pessoas está bem e continuará crescendo, mesmo que seja em ritmo menor”, diz.

Para o presidente do CVG-SP, Dilmo B. Moreira, o bom desempenho dos seguros de pessoas e da previdência complementar, que tem se mantido acima da economia, confirmam o comportamento de crescimento regular da indústria securitária há vários anos. “A utilização desses produtos de proteção social em situações ligadas a trabalho, seja por acordos sindicais ou como instrumento de atratividade ou permanência de empregados nas empresas, tem ajudado a manter essa boa performance”, diz.

Dilmo B. Moreira observa que, no caso da previdência complementar, também há um gradual aumento na sensibilidade das pessoas para assuntos ligados à aposentadoria. “Isso tem impulsionado esse segmento de forma bastante positiva”, diz.

Novos produtos

Segundo Nascimento, a FenaPrevi tem a expectativa de lançar, em breve, no mercado dois novos produtos. Um deles é o Universal Life, que está em fase final de regulamentação na Susep. O produto, que é chamado de seguro para a vida inteira, combina proteção com acumulação. “No Universal Life, parte do prêmio que o cidadão paga no início do seu ciclo de vida é destinada a cobrir o risco e parte é acumulada na forma de investimento de longo prazo, de tal forma que se ele parar de pagar a parte capitalizada será devolvida. Mas se pagar ao longo da vida inteira, terá uma poupança para a velhice”, explica.

Outro produto na mesma linha é o VGBL Saúde, que depende da aprovação de projeto de lei na Câmara dos Deputados e do Ministério da Fazenda em relação ao benefício fiscal. “O propósito do VGBL Saúde é criar a consciência na população de ter uma parte da reserva acumulada, com incentivo tributário, para cobrir os custos e saúde”, diz Nascimento. Entre os argumentos favoráveis ao produto, estão a percepção da população em relação à sua necessidade para custear o plano de saúde, o item de maior peso no orçamento dos idosos, e a desoneração do governo no atendimento à saúde. “Estamos otimistas”, diz sobre a aprovação de ambos os produtos.

Fonte: [CVG-SP](#), em 12.06.2015.