

Com alta de 42% nas apólices contratadas por esse público, levantamento da Azos mostra tendência de responsabilidade dupla impulsionando demanda por proteção familiar

Em meio à rotina de compromissos, responsabilidades e decisões financeiras, cresce no Brasil um perfil de homens que compartilham uma dupla responsabilidade: de prover simultaneamente para os filhos e para os próprios pais idosos. De acordo com dados da [FGV](#), mais de 11 milhões de brasileiros vivem essa realidade, fazendo com que a “geração sanduíche”, composta principalmente por homens entre 35 e 60 anos, busque apoio em soluções de proteção e planejamento patrimonial para sustentar as duas pontas da família.

Para se ter uma ideia, segundo um levantamento da Azos, insurtech referência em soluções para seguro de vida, o número de apólices contratadas por homens aumentou 42% até julho de 2025, na comparação com o mesmo período de 2024, com maior concentração justamente na faixa etária entre 35 e 49 anos, que representa hoje mais da metade dos contratos. Além disso, os dados apontam que cerca de 85% das apólices ativas incluem coberturas para uso em vida, como doenças graves e internações hospitalares, reforçando a busca por segurança não só no futuro, mas também no presente.

“Esse comportamento reflete um momento importante de maior consciência sobre proteção financeira e planejamento familiar. Muitos homens têm buscado soluções que ofereçam mais previsibilidade e tranquilidade para cuidar dos filhos e dos pais ao mesmo tempo, seja financeiramente ou na gestão do cuidado com a saúde”, explica Rafael Cló, CEO da Azos.

O levantamento da companhia mostra ainda que os filhos permanecem como principais beneficiários das apólices contratadas por homens, mas cresce o número de pais idosos incluídos como beneficiários secundários, movimento que reforça o papel multigeracional desse tipo de proteção. Também houve um aumento no ticket médio entre os homens da faixa de 40 a 55 anos, sinalizando maior disposição em investir em produtos com coberturas mais completas.

Com o envelhecimento da população, esse cenário tende a se intensificar. Segundo a [ONU](#), a estimativa é que, em 2030, o número de pessoas com mais de 80 anos será maior que o de bebês com menos de 1 ano, apresentando uma virada demográfica que pressiona famílias, governos e o mercado privado a repensarem estruturas de cuidado e proteção. Para especialistas, o impacto financeiro da longevidade exige uma nova abordagem sobre segurança financeira familiar, fazendo com que soluções como o seguro de vida ganhem ainda mais força.

“Quando bem estruturado, o seguro de vida ajuda o pai a cuidar de quem depende dele, com recursos que podem ser usados em caso de doença, acidente ou imprevisto. É uma proteção silenciosa, mas essencial para manter o equilíbrio da família em momentos desafiadores”, afirma Cló.

Esse movimento do crescimento está diretamente ligado à nova configuração de responsabilidades dentro das famílias, principalmente com uma sociedade que está se tornando cada vez mais longa. No universo dos seguros, isso significa romper com a lógica do uso único e tardio, dando espaço a produtos acionáveis ainda em vida, que façam sentido até mesmo no presente.

“Estamos diante de um mercado que só vai se expandir. O avanço da geração sanduíche é um sinal claro de mudança estrutural na demanda por seguros. Nos próximos anos, a tendência é vermos um salto na procura por soluções que gerem liquidez imediata e proteção multigeracional. Esse é um movimento que redefine o produto e abre espaço para novos modelos de negócio no setor”, conclui Rafael Cló.

Fonte: Azos/NR7, em 08.08.2025.