

Por Márcia Alves

No ramo de seguro de pessoas, os produtos que mais cresceram - educacional, viagem e funeral - são também os que apresentam menor custo

Inflação elevada, crédito restrito, desemprego crescente e queda no nível de consumo seriam suficientes para fazer despencar as vendas de seguros. Mas, apesar do cenário adverso, o mercado de seguros mostrou resiliência ao crescer 3,2% no último ano diante da retração do PIB, que caiu 3,8%. Esse resultado revela que o setor até sentiu o baque, mas que também tem conseguido se adequar à crise. Entre as alternativas, estão os seguros que cabem no bolso do consumidor.

Não por acaso, os três produtos do ramo de seguro de pessoas que mais cresceram no último semestre deste ano são os que apresentam custos mais baixos. Segundo dados da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), o seguro educacional cresceu 78,9% e seguro funeral 21,36%. O seguro viagem cresceu 97,4% até maio. Exceção apenas para o seguro prestamista, que recuou 9,8% em virtude da retração do crédito.

No caso do seguro educacional, o medo do desemprego fez aumentar a procura. Muitos pais recorreram ao seguro como prevenção para garantir a educação dos filhos. O seguro custa, em média, de 1% a 3% da mensalidade (valor que praticado nos planos coletivos) e auxilia no pagamento das mensalidades escolares em caso de dificuldades dos pais ou responsáveis diante de uma situação de desemprego, morte ou invalidez. Em São Paulo, um famoso colégio passou a oferecer o produto gratuitamente a todos os 4,5 mil matriculados, reduzindo a inadimplência em torno de 1,5%.

Embora a disposição dos brasileiros para viajar tenha diminuído com a crise, o seguro viagem continua crescendo, em parte, beneficiado pelas novas regras que ampliaram e tornaram mais abrangentes as coberturas obrigatórias. Nas viagens internacionais, os seguros atendem, além das despesas médicas, hospitalares e odontológicas, os custos em caso de falecimento, interligados ao traslado do corpo até a residência e o transporte até o hospital. Em casos de doenças, deixou de ser opcional o transporte que certifique o retorno do cliente ao local de origem da viagem ou até o seu domicílio.

Algumas seguradoras investiram em produtos customizados e até na venda online. Uma delas oferece seguro para viagem rodoviária nacional por menos de R\$ 5,00, que cobre, em caso de morte acidental e invalidez permanente ou parcial durante o percurso, as despesas médicas, hospitalares e odontológicas. Para viagens aéreas, o plano parte de R\$ 30,00 e oferece desde assistência de um concierge até entrega de remédios em caso de emergência. Ambos os produtos podem ser contratados online, em quiosques instalados em determinados aeroportos e rodoviárias.

O auxílio funeral, um dos seguros mais difundidos e com maior penetração entre os consumidores por estar muito ligado ao conforto dos familiares em situações adversas, também esteve entre os seguros mais contratados neste ano. Foram registrados R\$ 235,8 milhões em prêmios no semestre contra R\$ 194,3 milhões contratados nos primeiros seis meses de 2015. Uma das seguradoras ligadas a banco oferece essa modalidade na forma de microsseguro, que garante a assistência funerária e pode ser contratado até mesmo em casas lotéricas. O valor cobrado é de R\$ 30,00 no ano. Em média, o plano básico cobre gastos de até R\$ 3 mil.

Para o presidente do CVG-SP, Dilmo Bantim Moreira, a crise econômica alterou os hábitos de consumo dos brasileiros, mas também trouxe oportunidades para o setor de seguros se reinventar. "Seja a partir da modificação das necessidades dos consumidores ou em consequência de uma nova realidade econômica, a oferta de produtos deriva da atenção às oportunidades latentes, fazendo com que as seguradoras se orientem de maneira diferenciada e inovadora em um mercado cada vez mais exigente", analisa.

Fonte: [CVG-SP](#), em 30.09.2016.