

Por Antonio Penteado Mendonça



Nos países desenvolvidos ninguém imagina um seguro de vida que não tenha um plano de poupança acoplado. O produto é tão conhecido e está tão entranhado nos hábitos da população europeia que, na Alemanha, alguns anos atrás, foi necessária a mudança de uma lei que determinava que a remuneração anual mínima dos seguros de vida não poderia ser inferior a 3%. Os juros estavam próximos de zero (como acontece de novo agora) e várias seguradoras corriam o risco de quebrar porque simplesmente não conseguiam rentabilidade capaz de remunerar os 3% exigidos pelas apólices. Com a mudança da lei o equilíbrio voltou a pautar a relação segurado/seguradora e o seguro de vida continuou sendo um dos principais instrumentos de poupança do país. Nada que não seja semelhante aos Estados Unidos, Japão, França, Itália, Reino Unido, Holanda, países escandinavos, etc.

O seguro de vida tem duas funções: garantir o futuro dos beneficiários do segurado no caso da sua falta e dar ao segurado os recursos necessários para, depois de um determinado espaço de tempo, poder realizar seus sonhos ou mesmo complementar sua renda para garantir uma velhice confortável. A poupança do seguro de vida é a possibilidade de comprar um barco, uma casa de campo, viajar ao redor do mundo, ter um carro de luxo, enfim, aproveitar a vida com o máximo de qualidade possível, dentro de um planejamento baseado numa poupança regularmente feita ao longo da vida, acrescida da proteção adicional de "se a morte chegar antes do esperado, haver recursos para garantir à família o necessário para se aprumar de novo e retomar sua jornada".

Até o começo do processo inflacionário que atingiu fortemente o país, o Brasil tinha duas possibilidades de seguros de vida: os seguros de vida dotais, que tinham poupança, e os seguros de vida em grupo, criados para atender a necessidade das empresas garantirem uma indenização para as famílias de seus funcionários, no caso deles falecerem enquanto empregados. Este seguro, por uma questão de preço e de conceito, não tinha acumulação de capital, ou seja, indenizava apenas a morte e a invalidez do segurado, sem qualquer programa de poupança acoplado.

Foi justamente esta característica, que o torna, na prática, um seguro mensal (no qual o segurado paga o prêmio e tem cobertura para o mês seguinte), que permitiu ao seguro de vida em grupo se manter como um produto eficiente e viável durante os anos de hiperinflação, quando a moeda foi substituída por um índice, que era atualizado diariamente para manter o valor de compra dos salários e, no caso do seguro, o valor da indenização.

Apesar da inflação estar domada há mais de 20 anos, até hoje, para o público em geral, o grande produto de seguro de vida brasileiro é o seguro de vida em grupo. É que o VGBL, apesar de ser um seguro de vida, é visto como um produto de previdência privada, semelhante ao PGDL. De qualquer forma, tecnicamente, o VGBL é seguro e, no mundo real, é o responsável pelo crescimento do setor em 2016.

De outro lado, está em gestação o lançamento de um seguro de vida com as mesmas características do produto que revolucionou o mercado norte-americano, permitindo que as seguradoras de vida oferecessem um seguro competitivo, que ressuscitou sua competitividade em relação aos planos de previdência privada.

Neste momento, o "Universal Life" ainda está em discussão, mas está na boca do forno e isso é muito bom, porque deve estreitar concomitantemente com o fim da crise que devastou a economia brasileira ao longo dos últimos 3 anos.

Ainda é necessário acertar a sintonia fina do produto, especialmente no que diz respeito a vantagens tributárias que são oferecidas pelos VGBL's e PGBL's. Sem elas, o produto pode não decolar. Mas, com certeza, como as conversas estão avançadas, este tema já deve ter sido abordado.

É ter um pouco de paciência para o mercado contar com um produto que dará competitividade às seguradoras independentes e um novo produto perfeitamente desenhado para ser comercializado pelos corretores de seguros.

Fonte: SindSegSP, em 17.02.2017.