

**Relatório de Pesquisa
com Consumidores
Brasileiros 2013:
Capturando oportunidades
futuras**

O que os consumidores
pensam sobre seguro de
vida e saúde, nossa indústria
e nossos produtos



Índice

Prefácio	3
Introdução	4
Proteção atual do seguro de vida e vulnerabilidade percebida	5
Como atender as necessidades futuras com os meios financeiros atuais	7
Oportunidades para diferentes coberturas	10
Informações sobre produtos e canais de distribuição	14
Conclusões	18
Apêndice	19

A proporção relativamente sadia de proteção que existe no Brasil, em comparação com outras regiões latino-americanas, baseia-se principalmente em uma sólida cultura de poupança. O nível de proteção por seguros, entretanto, permanece baixo. O motivo não é que os brasileiros possam dispensar tal seguro. O problema está no fato de que eles frequentemente não estão cientes da necessidade ou da existência de produtos de seguro específicos. Esta publicação examina formas pelas quais a indústria de seguros pode mudar tal situação.

Prefácio

Nenhuma outra questão tem preocupado mais a indústria de seguros na América Latina do que a seguinte: como fazer uso do enorme potencial futuro, incrementando assim a penetração dos seguros na região?

Na Swiss Re, nós fazemos essa pergunta diariamente. Trocamos com nossos clientes as últimas informações sobre novas ideias de produtos, procedimentos para subscrição e canais de venda, mas ainda assim é um grande desafio convencer os consumidores da importância da cobertura de seguro. A penetração do seguro de vida na América Latina vem aumentando continuamente nos últimos anos, tendo atingido 1,28% em 2012. Entretanto, ela continua abaixo da média mundial de 3,69%.

No início de 2013, decidimos ir mais fundo, perguntando aos clientes diretamente sobre suas necessidades específicas, para descobrir mais sobre o que os estava impedindo de comprar a cobertura de seguro. Além do estudo geral sobre a América Latina, focalizamos em particular no Brasil. Embora em 2012 este país tenha gerado mais da metade de todo o negócio de seguros de vida na América Latina, com USD 44,8 bilhões em prêmios, a taxa de penetração de 1,99% continuou bem abaixo da média mundial. E mais ainda, notamos que uma grande proporção de prêmios é investida em produtos de poupança a longo prazo, enquanto a proteção a curto prazo é insuficiente.

As respostas que obtivemos na pesquisa não são apenas uma confirmação do potencial existente para a indústria, mas também nos fornecem a evidência de que a relutância dos clientes frequentemente não se deve a prêmios caros. Isso é uma boa notícia! O presente estudo dá ideias úteis e sugestões específicas para as seguradoras sobre o que pode ser feito para garantir o sucesso futuro e conquistar grande parte de um segmento importante da população.

Na Swiss Re, temos a satisfação de acompanhar sua empresa nesse trajeto interessante, e esperamos que o presente estudo seja inspirador para os seus negócios.

Margo Black

Head de Resseguro para a América Latina Sul

Introdução

Em 2013, a Swiss Re publicou o primeiro estudo sobre a Lacuna de Proteção contra a Mortalidade na América Latina¹. Nos oito mercados analisados, esta lacuna foi calculada em USD 7,2 trilhões em 2012. O Brasil tem uma diferença de proteção de USD 2,469 bilhões, a maior entre os países estudados devida, principalmente, ao tamanho do país. Esta lacuna corresponde a USD 47.239 per capita, considerando no grupo de referência indivíduos economicamente ativos com dependentes. Este valor é substancial, mas ainda está abaixo da média latino-americana de USD 60.628. Este fato se deve principalmente às poupanças substanciais dos indivíduos, e não tanto à proteção de seguro que existe na realidade.

No Brasil, a oferta de produtos construiu-se amplamente sobre a extensa rede do setor bancário e as poderosas relações com os clientes. Maior dinamismo foi obtido pela ênfase dos bancos no marketing de produtos de poupança orientados para os consumidores.

Para entendermos ainda melhor, realizamos uma pesquisa online com 1.000 consumidores brasileiros. Já que a metodologia não permitia uma cobertura homogênea de todos os segmentos populacionais, compreendemos que deveríamos ter cuidado na interpretação dos resultados. Isto dito, acreditamos que, no caso do Brasil, as entrevistas online são uma representação aceitável da população brasileira. Nossa pesquisa revelou que cerca de 45% da população tem acesso à Internet, um dos níveis mais altos na América Latina. Mais detalhes sobre a amostra de pesquisa poderão ser encontrados no Apêndice 1.

Este relatório fornece à indústria de seguros brasileira algumas ideias sobre como preencher a lacuna de proteção. Além disso, este estudo específico para o mercado brasileiro enriquece o “Relatório de Pesquisa com Consumidores Latino-americanos 2013”², o qual fornece uma visão das atitudes do consumidor em relação aos fornecedores e produtos de proteção em toda a região e não apenas com relação à mortalidade. Neste relatório, começamos examinando os produtos específicos existentes, as necessidades não protegidas e os motivos para a atual lacuna. Além disso, examinamos diferentes fontes de informação e canais de distribuição usados pelos consumidores e, por fim, analisamos o processo de aplicação e o efeito da metodologia de subscrição sobre o processo de vendas.

Será que o clima econômico atual e as atitudes do consumidor brasileiro podem ser vistos como uma oportunidade para o mercado de seguros? Esperamos que você chegue à mesma conclusão que chegamos: “Sim, pode.”

¹ Países pesquisados: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru, Porto Rico e Venezuela.

² Países pesquisados: Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru e Porto Rico.

Proteção atual do seguro de vida e vulnerabilidade percebida

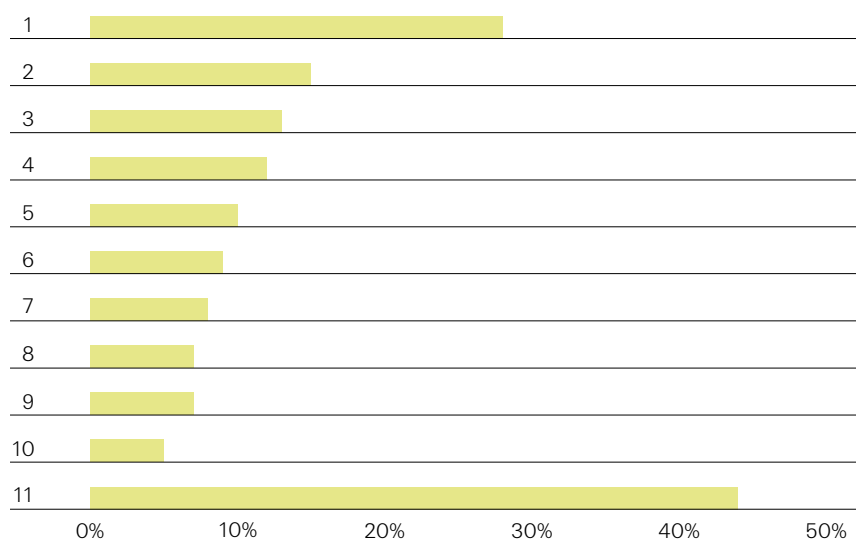
Nível de proteção existente no momento

As primeiras perguntas destinam-se a determinar onde está a lacuna (Figura 1). Descobrimos que os brasileiros são o povo menos coberto por seguros de vida, invalidez ou doença na América Latina³: 44% dos entrevistados não possuem nenhum desses três produtos, o que pode dever-se à relativamente alta penetração da internet no Brasil - o que nos deu maior acesso do que nos outros países a grupos de baixa renda (veja também o comentário na Introdução). Igualmente, 9% dos entrevistados não estavam certos sobre que tipos de apólices possuíam. Somente 10% deles estão cobertos em caso de doença séria, e uma porcentagem ainda mais baixa, somente 5%, estão cobertos para assistência domiciliar ou cuidados de enfermagem quando chegarem à velhice.

Figura 1:

Quais dos seguintes produtos de seguro ou benefícios você possui atualmente?

- 1 Uma apólice de seguro de vida que seria paga se eu morresse
- 2 Um produto de poupança ou investimento que me proporcionará uma renda na aposentadoria
- 3 Uma apólice que me pagará um valor se eu estiver incapacitado para o trabalho por um período prolongado devido a problemas de saúde ou desemprego
- 4 Uma apólice que me forneceria tratamento médico particular se eu precisasse de uma cirurgia ou tratamento de uma doença
- 5 Uma apólice que me pagaria um valor caso eu contraísse uma doença grave, como câncer
- 6 Não tenho certeza das apólices de seguro que possuo
- 7 Uma apólice que pagaria meu financiamento habitacional ou empréstimo, por um curto período, se eu estivesse incapacitado por motivo de doença
- 8 Um contrato pelo qual meu empregador continuaria a pagar parte ou a totalidade de meu salário se eu estivesse incapacitado por motivo de doença
- 9 Um contrato pelo qual meu empregador me pagaria um valor se eu viesse a falecer enquanto mantivesse vínculo empregatício com ele
- 10 Uma apólice que pagará por uma clínica de repouso quando eu for idoso
- 11 Nenhuma das alternativas acima



A pesquisa mostrou que 40% dos brasileiros temem que poderiam sofrer e enfrentar dificuldades financeiras se forem afetados por uma doença prolongada ou invalidez, e que suas famílias não terão meios para assegurar sua estabilidade financeira nos primeiros anos após a sua morte. A maioria dos entrevistados disse que isto se deve principalmente a uma falta de poupança/investimentos suficientes (47%); somente 18% dos entrevistados mencionou insuficiente proteção de seguro. Isto é um indicativo de que, em muitos casos, o seguro ainda não é considerado uma opção válida para superar uma situação crítica de vida, mesmo tendo em vista a desenvolvida cultura de poupança dos brasileiros.

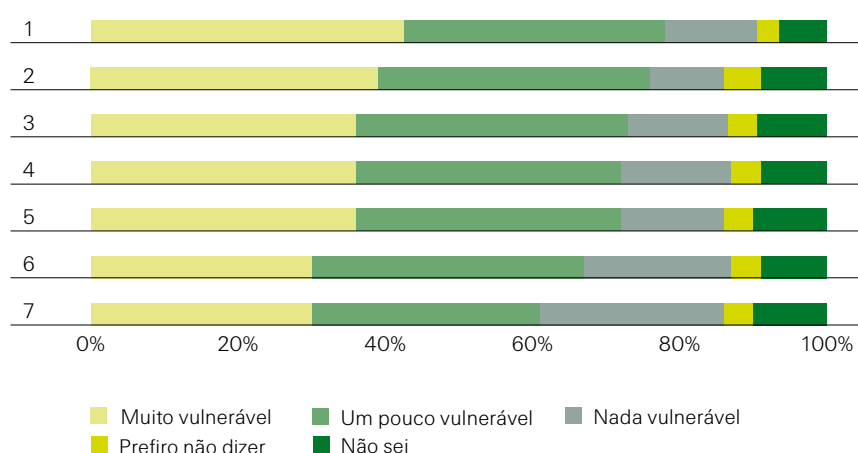
³ Comparação feita com Chile, Colômbia, México, Peru e Porto Rico.

A percepção da vulnerabilidade.

Perguntamos também o quanto os brasileiros sentiam-se vulneráveis em relação a certas contingências da vida, tais como desemprego, ferimentos graves por acidente, doenças, etc. Descobrimos que os brasileiros sentem-se vulneráveis, mas mesmo assim possuem proteção zero ou insuficiente através de apólices de seguro. Podemos concluir que grande parte da população está ciente dos riscos potenciais que afetam suas vidas, e de seu nível atual de pouca proteção. Este é um ponto de partida promissor para uma discussão sobre as necessidades e soluções possíveis para o futuro. Somente 16%, na média, dizem que não são vulneráveis aos riscos referidos na [Figura 2](#).

Figura 2:
Em relação a quais riscos você se sente mais vulnerável?

- 1 Ser incapaz de obter o tratamento médico necessário
- 2 Ser gravemente ferido em um acidente
- 3 Contrair uma doença grave
- 4 Ser incapaz de trabalhar devido a doença ou ferimento
- 5 Adquirir um problema de saúde que requeira tratamento permanente
- 6 Ser incapaz de se qualificar para seguro de saúde ou de vida
- 7 Ficar desempregado por um ano ou mais



Altos níveis de vulnerabilidade (no mínimo 30%) são apresentados em todas as áreas. A ameaça de não receber o tratamento de saúde necessário é a maior preocupação de 43% dos entrevistados que se sentem altamente vulneráveis. As pessoas preocupam-se menos com a possibilidade de ficarem desempregadas, e um dentre quatro entrevistados sente-se plenamente seguro sobre sua empregabilidade.

Nossa pesquisa levanta diversas perguntas importantes: Quais seriam os motivos que impedem os clientes brasileiros de adquirir uma apólice de seguro para protegê-los contra mortalidade e morbidade? Eles não consideram o seguro uma forma conveniente e fácil de resposta para suas preocupações? Ou eles acreditam que não têm poder aquisitivo para fazer seguro? Um sinal encorajador para nós é que somente uma porcentagem reduzida (4%) acredita que não precisa de uma apólice de seguro, ou seja, uma porcentagem de 96% acredita que precisa. Dados os níveis de proteção bastante baixos atualmente, as oportunidades para a indústria de seguros são significativas.

Mas o que podemos fazer a respeito? Cremos que as seguradoras precisam aumentar a conscientização sobre este assunto e, em particular, abordar a questão da acessibilidade do seguro de vida, a qual foi citada como o motivo mais importante pelo qual o seguro não é adquirido. Tal relutância reflete um problema de percepção, mais do que um verdadeiro impedimento. As seguradoras devem eliminar o mito de que o seguro de vida é algo apenas para os ricos, e tornar o seguro mais atraente para os clientes em termos de facilidade de aquisição e compreensão da cobertura.

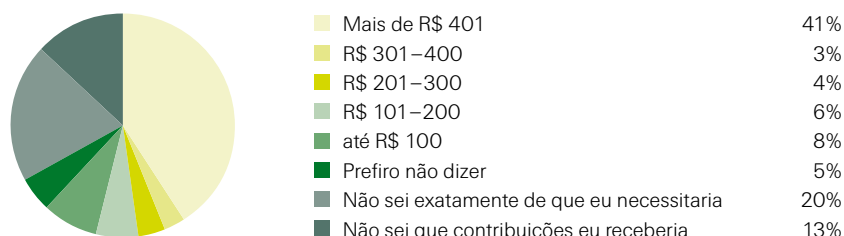
Como atender as necessidades futuras com os meios financeiros atuais

Avaliação das necessidades existentes

A Swiss Re também questionou sobre a situação financeira da população brasileira. De acordo com as respostas recebidas, descobrimos que uma boa parte da população se beneficiaria de uma consultoria financeira. Um dentre três entrevistados sabia muito pouco sobre quanto precisaria para sobreviver caso não pudesse mais trabalhar. Nós perguntamos às pessoas quanto elas precisariam se não pudessem mais trabalhar: 41% responderam que necessitariam de mais de R\$ 400 por mês até a aposentadoria, para eles e seus dependentes, além do fornecido atualmente pelo governo, um seguro privado ou a renda de parentes. 43% disseram que não sabem de quanto precisariam, ou que têm dificuldade em calcular, porque não sabe que benefícios receberiam do governo ou de um seguro privado (Figura 3).

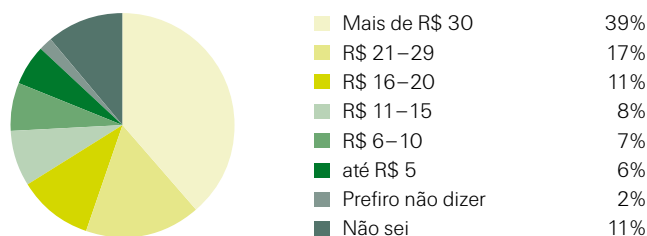
Outra descoberta foi que as pessoas que não possuem apólices de seguro atualmente, mostram ainda menor probabilidade de saber que quantia mensal cobriria suas despesas de subsistência. Isto significa que, antes de poder desenvolver um produto, as seguradoras precisam primeiro assegurar-se de que os clientes em potencial estejam cientes de sua situação exata e de suas possíveis necessidades.

Figura 3:
Quanto você precisaria para viver se não pudesse mais trabalhar?



Assumindo que um brasileiro necessitaria de uma renda adicional de aposentadoria de R\$ 1.000 por mês, perguntamos quanto ele estaria disposto a pagar mensalmente para receber esse valor após aposentar-se. Surpreendentemente, a maioria dos entrevistados estava disposta a pagar prêmios mais altos do que os níveis atuais de mercado (Figura 4). Os homens estão dispostos a pagar mais do que as mulheres, e o que é mais interessante, não há diferenças significativas entre os grupos socioeconômicos. Parece haver um mercado promissor em potencial para produtos de poupança para a aposentadoria se as seguradoras tiverem sucesso em explicar os benefícios em termos simples e entregar produtos adaptados a orçamentos diferentes.

Figura 4:
Quanto prêmio você estaria disposto a pagar por uma renda adicional por mês de R\$ 1.000?



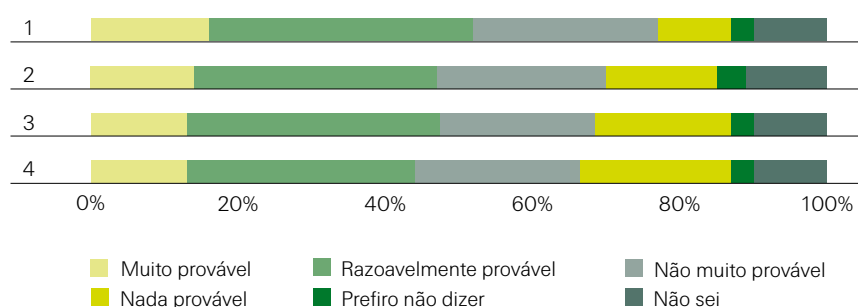
Opções de ajuste da cobertura de acordo com os recursos financeiros do consumidor

A fim de satisfazer àqueles que gostariam de ter proteção, mas não podem pagar prêmios altos, as seguradoras deveriam pensar em produtos com certas limitações de benefícios (Figura 5). As pessoas estão ligeiramente mais dispostas a limitar o prazo de reembolso do benefício do que a aceitar condições mais restritas de produto, ou receber pagamentos de valor mais baixo a cada mês. Os consumidores sentem-se menos atraídos por opções que envolveriam um período grande de espera antes de se tornarem elegíveis aos benefícios. Embora haja somente pequenas variações entre as alternativas testadas, a mais popular é a que oferece uma redução do período no qual os pagamentos precisariam ser feitos antes de ser possível receber uma prestação do seguro.

Figura 5:

Que tipo de limitações de benefício você está preparado para aceitar?

- 1 ... que paga o que você precisa mensalmente, mas por um período substancialmente mais curto (por exemplo, os pagamentos lhe serão feitos por apenas 5 anos)
- 2 ... que paga o que você precisa mensalmente até a idade de sua aposentadoria, mas sujeito a condições mais restritas
- 3 ... que paga o que você precisa mensalmente, mas você receberá pagamentos menores
- 4 ... que paga o que você precisa mensalmente, mas somente após um período de espera significativo (por exemplo, os pagamentos começam 1 ano depois da ocorrência da reclamação)

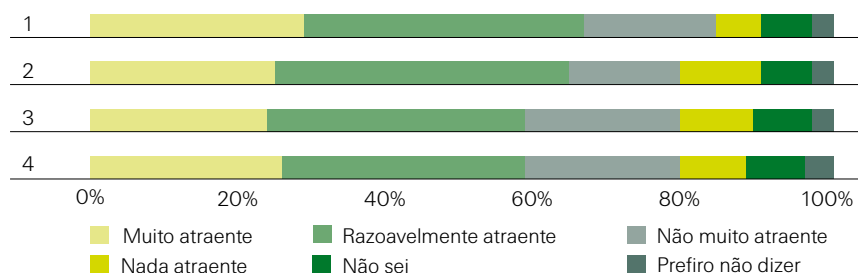


Quando as pessoas podem escolher entre pagamentos periódicos ou um montante global, os mais prevenidos olham para o futuro e preferem a estabilidade. Sendo assim, dão preferência a pagamentos periódicos em vez do pagamento imediato de um único montante global (Figura 6). A resposta parece sugerir que os brasileiros têm grande confiança em sua saúde e nas promessas feitas pelas instituições financeiras no longo prazo. Assim, a proteção à longevidade parece mais importante do que o acesso ao capital seguro no curto prazo. Entretanto, isto contrasta com o fato de que os brasileiros hoje preferem com maior frequência o pagamento do capital dos seus planos de pensão quando se aposentam.

Figura 6:

Você prefere pagamentos mensais ou receber uma soma total de imediato?

- 1 Pagamentos mensais menores, mas pagamentos durante toda sua vida
- 2 Pagamentos mensais até a idade de aposentar-se
- 3 Pagamento imediato de uma soma total
- 4 Pagamentos mensais ligeiramente menores até os 65 anos de idade, mais um pagamento limitado imediato para necessidades financeiras urgentes.



De acordo com os resultados, pagamentos menores de seguro de vida são a opção mais atraente no grupo pesquisado. E como extra, o sistema *bônus-malus* é também uma característica muito desejável que as seguradoras deveriam considerar em seus produtos.

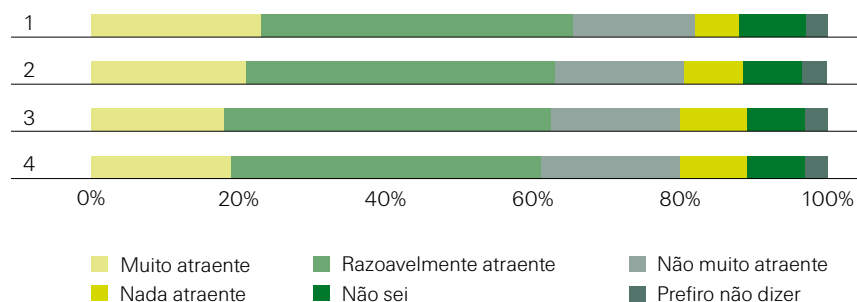
Benefícios adicionais para pequenos aumentos do prêmio

Perguntar aos consumidores qual o benefício que preferiam em troca de um prêmio ligeiramente mais alto não chegou a nenhuma resposta clara (Figura 7). O sistema *bônus-malus*, vários benefícios não monetários tais como conselhos e suporte em caso de reclamações, pagamento único adicional ou informações e conselhos inseridos na apólice são desejáveis, e parece que valem o pequeno prêmio adicional.

Figura 7:

Quais benefícios você preferiria por um prêmio um pouco menor?

- 1 Pagamento de *bônus-malus* específico no final da apólice
- 2 Outros benefícios não monetários
- 3 Pagamento único adicional (pagamentos mensais incluídos)
- 4 Informações e conselhos todo o tempo



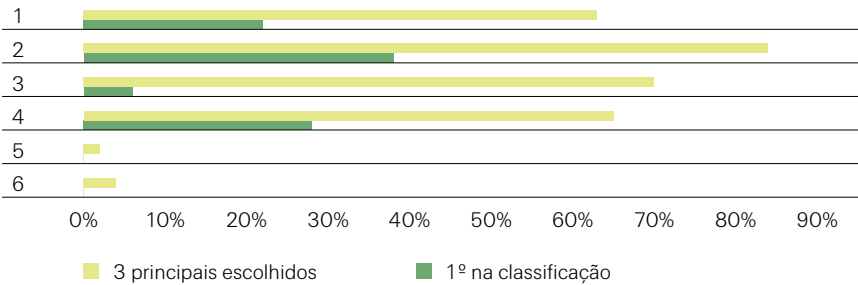
As oportunidades para diferentes coberturas

Proteção aos filhos

A taxa de natalidade está declinando no Brasil. Apesar das famílias com filhos serem menos numerosas no Brasil do que nos outros países pesquisados na América Latina⁴, é significativamente maior a probabilidade dos brasileiros adquirirem um seguro, devido a sua preocupação com o pagamento de serviços de cuidados infantis⁵. Cientes de que a educação é uma das condições básicas para o futuro sucesso na vida, os pais geralmente escolhem alguma forma de garantia que assegure a educação dos filhos. A maioria opta por pagamentos de taxas escolares no caso de morte ou invalidez causados por acidente ou uma doença grave (Figura 8). Pais mais jovens (de 21 a 34 anos) preferem uma cobertura de seguro que os proteja contra custos no caso de uma doença grave afetar seus filhos, já que as crianças pequenas tendem a ser mais suscetíveis a várias doenças (mais do que as crianças mais velhas). As despesas com cuidados e educação são também características desejáveis de cobertura específica por sexo. Elas são classificadas em segundo lugar depois de doenças específicas dos sexos masculino e feminino.

Figura 8:
Que tipo de produtos de proteção de criança você preferiria?

- 1 Paga as mensalidades escolares dos meus filhos no caso de minha morte
- 2 Paga as mensalidades escolares dos meus filhos caso ocorra a minha morte ou invalidez por acidente
- 3 Paga as mensalidades escolares dos meus filhos caso eu tenha uma doença grave
- 4 Assegura a minha proteção em caso de um evento grave ocorrer com os meus filhos
- 5 Nenhum desses
- 6 Não sei



A presença de crianças na casa: 36% têm filhos abaixo de 18 anos vivendo em casa. Mais da metade daqueles acima de 45 anos marcou em primeiro lugar a cobertura em caso de morte ou invalidez.

⁴ 50% dos respondentes no Brasil têm filhos em casa, 36% deles criam filhos menores de 18 anos. Esta porcentagem é baixa comparada com os demais países de América Latina. Em média, 65% dos respondentes dos outros países (com exceção dos brasileiros) têm filhos em casa, e 49% estão criando filhos menores de 18 anos.

⁵ 22% dos respondentes com filhos menores de 18 anos em casa, em comparação com 6% em média para respondentes com o mesmo perfil de outros países da América Latina.

Proteção específica por sexo

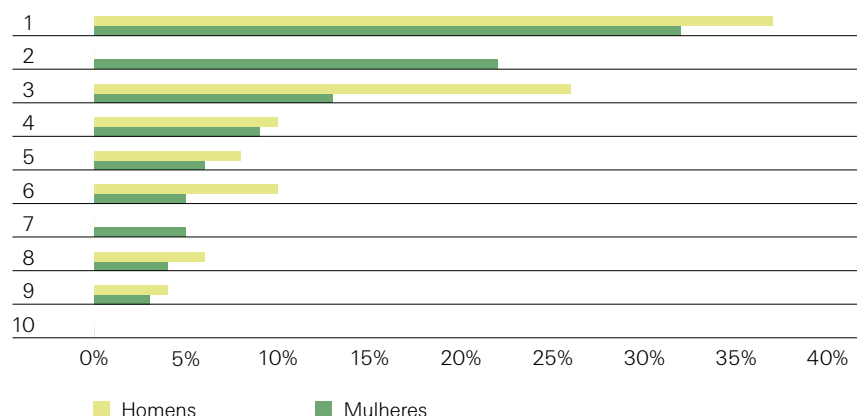
Como foi declarado no início, somente 10% dos entrevistados estão segurados no caso de doença grave e apenas 5% para assistência domiciliar ou cuidados de enfermagem. Em vista desta situação, é um paradoxo que o que eles mais temem seja ficar gravemente enfermos e não poderem pagar por cuidados a longo prazo quando não forem capazes de cuidar de si próprios⁶. Portanto, a lacuna de proteção não é apenas significativa, mas os consumidores estão também cientes e preocupados com a situação.

O que um seguro deveria cobrir especificamente em relação a homens e mulheres? Ao perguntarmos à amostra completa na pesquisa, identificamos primeiramente que cerca de um terço está interessado na cobertura de doenças específicas de cada sexo, tais como câncer de mama, câncer de próstata, etc (Figura 9). Como segundo tópico mais importante, as mulheres referiram-se a preocupações com o cuidado de seus filhos. Como mães, o seguro de assistência domiciliar é algo necessário no evento de sua morte ou no caso de se tornarem incapazes de cuidar totalmente do seu lar. Para os homens, o segundo ponto mais importante é uma apólice de seguro que cubra despesas educacionais. Como esse tipo de produto ainda está muito limitado no país, especialmente cobrindo doença grave ou assistência domiciliar, este é um nicho interessante para ser explorado pela indústria de seguros.

Figura 9:

Que tipos de coberturas específicas por sexo os homens e mulheres prefeririam?

- 1 Seguro de doenças específicas femininas/masculinas (ex: câncer de mama, câncer de próstata)
- 2 Assistência domiciliar, caso eu venha a falecer ou a não ser capaz de desempenhar tarefas domésticas e cuidar dos meus filhos
- 3 Seguro cobrindo despesas educacionais para seus filhos
- 4 Não sei
- 5 Nenhum desses
- 6 Check-up de saúde preventivo anual
- 7 Seguro cobrindo complicações durante a gravidez
- 8 Assistência (conselhos, apoio/providência de cuidados, rede de ginecologistas, etc) no caso de uma reclamação
- 9 Programas de associação com academias de ginástica, estúdios de yoga e/ou spas, etc.
- 10 Mulheres como contatos de venda



As mulheres mais jovens são as mais interessadas na cobertura para a gravidez (13% a escolheu em 1º lugar, em comparação com 5% no geral).

Os homens mais jovens e os mais velhos que responderam à pesquisa estão menos interessados em qualquer tipo de cobertura.

⁶ 37% e 34% dos respondentes brasileiros, respectivamente. P14A Relatório América Latina.

Cobertura de doenças graves

A razão pela qual a cobertura de doenças graves não é amplamente usada é muito simples. Duas dentre três pessoas não estão familiarizadas com o produto. Somente um quarto dos entrevistados está familiarizado com este tipo de cobertura. Tal conhecimento decresce com a idade e aumenta à medida que o grupo socioeconômico ascende. Em conformidade com um baixo nível de conhecimento, somente 14% dos entrevistados está considerando adquirir cobertura para doença grave nos próximos doze meses. Felizmente, somente 6% disse definitivamente “não” quando lhes foi perguntado se um pagamento à vista por doença grave seria do seu interesse.

Apesar de todos esses fatos, a cobertura por doença grave tem muito a oferecer. O pagamento imediato à vista é do interesse da maioria dos entrevistados (62%). Dentre todas as pessoas entrevistadas, 40% veem a maior atração do benefício no conforto financeiro que ele traz, oferecendo a possibilidade de amortizações de financiamentos, de fazer alterações na casa ou de reduzir o tempo de trabalho. 34% valorizariam o benefício de poder pagar hospitais e procedimentos caros para os quais não estão cobertos em seu plano de saúde atual (Figura 10).

Figura 10:

O que você pensa sobre cobertura de doenças graves?

Não preciso dela	Não preciso deste tipo de cobertura de seguro, porque já tenho um seguro de saúde do governo ou privado	8%	→ Esta atitude é mais provável entre os que têm de 55 a 70 anos de idade (13%)
Interessado	Eu acho interessante este tipo de cobertura de seguro, já que oferece segurança financeira no evento de doença grave (por exemplo, amortização de empréstimos de financiamento, reformas em casa, ou a possibilidade de reduzir a jornada de trabalho).	40%	→ Esta atitude é mais facilmente encontrada entre os que têm mais de 45 anos de idade (49%)
	Eu acho interessante este tipo de cobertura de seguro, porque me possibilita pagar por hospitais e procedimentos caros que meu plano de saúde não permitiria.	33%	→ Ligeiramente mais atraente para aqueles abaixo de 45 anos
Prefiro não dizer		6%	
Não sei		13%	

Assumindo que uma pessoa precisasse de um pagamento à vista de R\$ 200.000 em caso de doença grave, perguntamos aos brasileiros quanto eles estariam dispostos a pagar para uma cobertura nesse valor. Surpreendentemente, um prêmio de mais de R\$ 30,00 mensais foi o escolhido na maioria dos casos, o qual era a opção mais alta na escala dada. Isso demonstra novamente que o seguro de doença grave no Brasil é mais uma questão de conscientização do que de poder aquisitivo.

Proteção assistencial a longo prazo

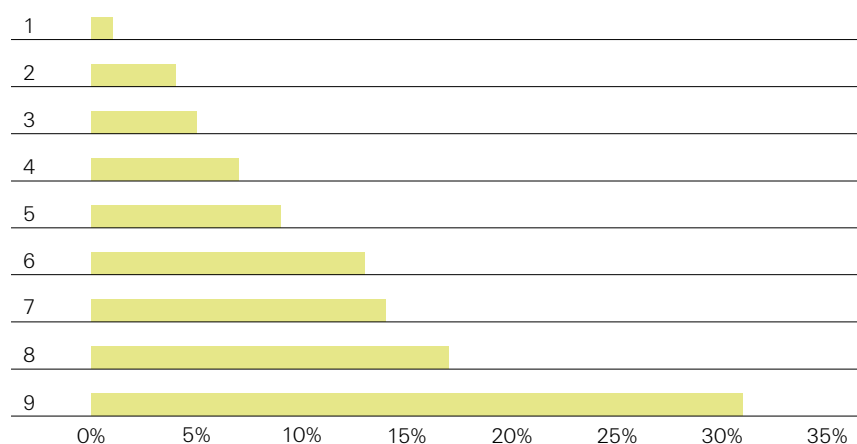
A população está envelhecendo, o número de crianças que nasce está diminuindo e mais pessoas estão vivendo mais tempo. A probabilidade de tornar-se dependente de terceiros até o final de nossas vidas é muito maior do que antes. Para quem se voltam os brasileiros quando se tornam dependentes e precisam do cuidado de outros?

Um dentre cada três dos entrevistados confia em si mesmo ou, em outras palavras, em suas economias e investimentos pessoais. Em segundo lugar, os brasileiros confiam nos benefícios providos pelo governo⁷, o que resulta da falta de conhecimento de que existem opções de proteção adicionais, de dúvidas sobre as possibilidades financeiras de poder adquirir um produto de seguro ou da confiança que os brasileiros têm de que o governo adequadamente lhes fornecerá recursos. Seguro fica no final da escala, com apenas 7% confiando em certo tipo de produto de seguro existente (Figura 11). Dado que somente um dentre vinte deles possui uma apólice de seguro assistencial a longo prazo, e somente um dentre dez está considerando adquirir tal cobertura nos próximos 12 meses, não é de surpreender a baixa posição do seguro na área de cuidados com os idosos.

Figura 11:

Como você proveria proteção assistencial a longo prazo?

- 1 Outros
- 2 Eu teria que vender a minha casa
- 3 Prefiro não dizer
- 4 Posso apólices de seguro que cobririam os custos
- 5 Minha família pagaria por isto
- 6 Não sei
- 7 Eu não poderia pagar por isto
- 8 Eu teria que contar com os benefícios do governo
- 9 Com minhas economias/investimentos pessoais

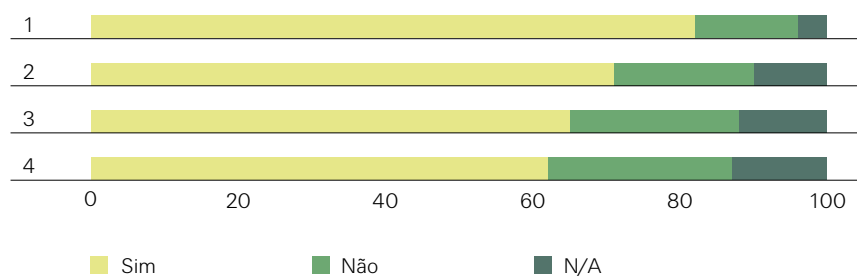


No evento de decidirem adquirir um produto de assistência a longo prazo, perguntamos aos brasileiros quem seria a pessoa protegida. A maior proporção mencionou a necessidade de cobertura para eles próprios e, em segundo lugar, para seus parceiros ou esposos. Foi interessante notar que somente 14% das pessoas não adquiririam o seguro para si próprias. Esta pergunta deu aos entrevistados a oportunidade de avaliar a importância de vários tipos de cobertura através de respostas de múltipla escolha. As respostas revelaram que a assistência a longo prazo recebe sempre uma classificação muito alta, o que vem confirmar novamente a acentuada necessidade de tal produto entre a população (Figura 12).

Figura 12:

Se você adquirisse um produto de proteção assistencial a longo prazo, quem seria a pessoa protegida?

- 1 Próprio
- 2 Próprio e Cônjuge / Parceiro(a)
- 3 Pais
- 4 Cônjuge/Parceiro(a)



⁷ 16% dos respondentes sentem que o governo é responsável por fornecer assistência domiciliar e a longo prazo para os idosos. Fonte: P15, Relatório América Latina.

Informações sobre produtos e canais de distribuição

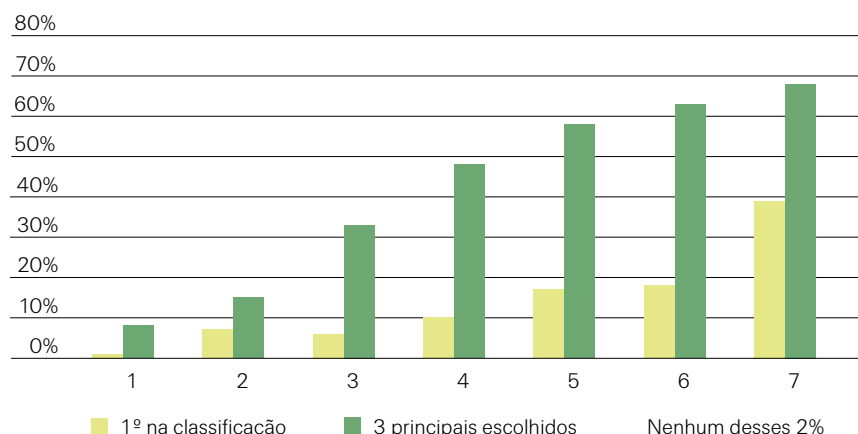
Principais desejos dos consumidores: Simplicidade, visibilidade, preço acessível

Aqui, a intenção é determinar os fatores importantes que influenciam a aquisição de um produto de seguro. As pessoas atribuem maior importância a termos e condições claros (68%), preço (63%) e a reputação da companhia de seguros (53%) – [Figura 13](#). O preço só é uma preocupação dos consumidores mais jovens, ou daqueles com baixa renda.

Figura 13:

O que você considera ser o fator mais importante na aquisição de uma cobertura?

- 1 Boa consultoria
- 2 Processo de vendas simples e rápido
- 3 Estrutura transparente de custos
- 4 Possibilidade de ter flexibilidade para ajustar a cobertura do seguro durante todo o prazo da apólice
- 5 Uma companhia de seguro com boa reputação
- 6 Preço
- 7 Termos e condições de seguro que são claros e fáceis de compreender



A primeira preocupação, em ordem de importância, é que os termos e condições do seguro sejam claros e compreensíveis. É interessante notar que o preço foi frequentemente mencionado como uma das três maiores preocupações, mas somente 18% dos entrevistados disseram que esta era a característica mais importante que levariam em consideração. O preço precisa ser razoável, mas a boa reputação da companhia de seguro é igualmente importante. Concluímos que, quando o consumidor sabe e entende exatamente o que lhe é oferecido e está convencido que os riscos valem o preço, ele está disposto a pensar mais em termos reais sobre a aquisição da cobertura, passando de sonhador para verdadeiro comprador.

Fontes de Informação

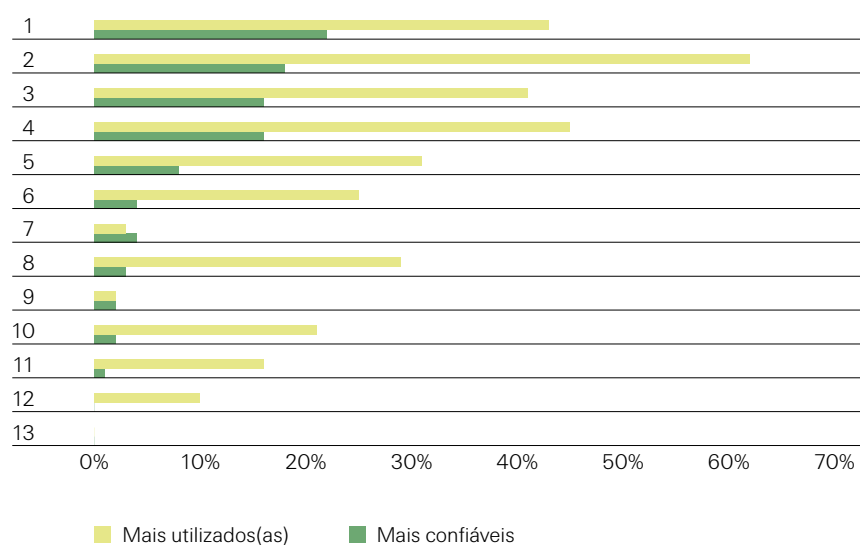
A maioria das pessoas não tem nenhum seguro em mente quando encara o futuro e decide sobre a melhor maneira de manter seu estilo de vida. Uma das missões mais importantes da indústria de seguros é tornar o seguro visível e atraente, e fornecer informações úteis a clientes em potencial. Perguntamos aos brasileiros potencialmente interessados em seguros sobre as fontes de informação que utilizam (Figura 14).

Nossas perguntas foram divididas entre a fonte “mais utilizada” e a fonte “mais confiável”. A fonte de informações e conselhos mais utilizada foi a internet, seguida das companhias de seguro, parentes, amigos e especialistas (consultores financeiros, corretores e agentes). É claro que, devido ao imenso e altamente considerado mercado de seguro bancário no Brasil, um terço dos entrevistados deu aos bancos uma alta classificação.

Mas no que se refere a confiança, a situação muda. A família e os amigos são insubstituíveis. Suas recomendações são as mais valorizadas. Corretores são colocados em segundo lugar, muito próximos à família e amigos. Os bancos recebem o nível mais baixo de confiança entre as cinco opções no alto da lista.

Figura 14:
Quais fontes você usa para obter informações sobre produtos de seguro?

- 1 Amigos/família
- 2 Internet
- 3 Consultor financeiro/corretor/agente
- 4 Seguradora
- 5 Banco/cooperativa de crédito
- 6 T.V.
- 7 Não sei
- 8 Colegas de trabalho
- 9 Nenhum desses
- 10 Jornais diários/semanais
- 11 Revistas financeiras
- 12 Rádio
- 13 Outros



Canais de distribuição preferidos

Além do citado acima, queríamos saber que canal as pessoas utilizam quando adquirem uma apólice de seguro de vida tradicional (cobertura em caso de morte). Os três canais de distribuição no alto da lista foram corretores de seguro, bancos e agentes de seguro. De acordo com pesquisas, os corretores de seguro têm uma função importante em ajudar as pessoas a achar o produto mais adequado no mercado. Porém os consumidores ainda adquirem seus seguros em bancos, já que é ali que possuem suas economias e cartões de crédito. Os agentes de seguro têm sucesso na abordagem individual, pois podem se encontrar com o consumidor frente a frente. Os agentes conhecem melhor as pessoas e podem fornecer o produto que melhor atende às suas necessidades.

Vale a pena notar que os consultores (agentes) especializados em vender seguros de vida representam um canal altamente valorizado pelos consumidores, apesar do fato de que é difícil encontrar tais profissionais no Brasil.

Provedor de seguros preferido

Uma vez que os consumidores saibam que cobertura desejam e através de que canal desejam comprá-la, quais são os fatores importantes que influenciam sua decisão sobre qual seria o parceiro certo a escolher? Os brasileiros são tradicionalistas e valorizam a estabilidade, procurando particularmente uma seguradora ligada ao banco de sua preferência. No nível de prioridade seguinte, os consumidores selecionam uma companhia recomendada por sua família, amigos ou colegas – já que precisam sentir que tal companhia cuidará de suas necessidades e de seu futuro.

Como já mencionamos, são importantes a simplicidade e clareza com relação aos termos e condições. Os consumidores precisam compreender facilmente o que estão adquirindo. E ainda, o preço – não considerado o fator mais importante para todos – precisa ser acessível e razoável.

Processo para aplicação ao seguro

O passo seguinte, antes da assinatura da apólice, é preencher a proposta de seguro. O processo de subscrição, juntamente com os termos e condições, deve ser simples e breve. A maioria das pessoas está disposta a gastar no máximo 30 minutos preenchendo a proposta de seguro, juntamente com a declaração de saúde.

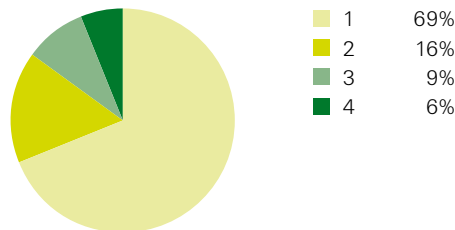
Os brasileiros geralmente não se incomodam em serem inquiridos sobre questões médicas ou relativas à sua saúde, o que é encorajador para os seguradores que oferecem seguros de vida. Metade dos entrevistados não faz objeções a tais perguntas, e 38% responderiam, porém só até certo ponto.

Mesmo quando a pergunta era muito específica, como pedindo confirmação sobre o diagnóstico de diabetes, câncer ou enfarte, ou confirmação de uma investigação em curso, 69% dos entrevistados prosseguiriam com o preenchimento da proposta (Figura 15).

Figura 15:

Quão disposto você estaria em fornecer informações médicas na aplicação ao seguro?

- 1 Vou prosseguir com a proposta
- 2 Não vou prosseguir com a proposta, porque não posso confirmar pelo menos uma das afirmações acima
- 3 Não sei
- 4 Não vou prosseguir por outro motivo

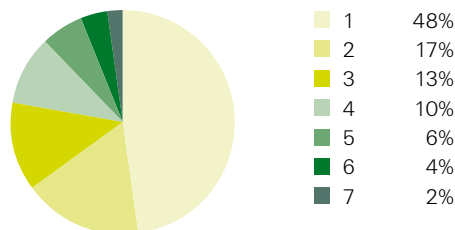


Somente 13% relutariam em inscrever-se para um seguro se lhes fosse exigido fazer um exame médico. Uma entre duas pessoas não se recusaria em apresentar evidência médica, devido à importância da cobertura (Figura 16). Os homens estão mais dispostos a confirmar seu estado de saúde do que as mulheres. A disposição diminui à medida que aumentam a idade e o nível do grupo socioeconômico. Percebeu-se a mesma tendência nas respostas daqueles que já possuem certa cobertura, em comparação com aqueles que não têm seguro algum.

Figura 16:

Quão disposto você estaria a passar por um exame médico?

- 1 Eu certamente fornecerei esses documentos, porque a cobertura de seguro é importante para mim
- 2 Vou dar uma olhada para ver se isto é complicado, e depois decidirei se vou continuar ou não
- 3 Não tenho interesse em adquirir cobertura de seguro
- 4 Não sei
- 5 Só fornecerei esses documentos se tiver certeza de que estou com boa saúde
- 6 Prefiro não responder
- 7 Não fornecerei documentos médicos e pedirei uma proteção mais baixa que não exija exames médicos



Depois de terminado o processo de aplicação e chegado o momento de assinar o contrato de seguro, o que acontece se o candidato for rejeitado devido a um problema de saúde existente ou porque pratica um esporte perigoso? Como reagiria um brasileiro? Na maioria dos casos, as pessoas não estão certas se estão dispostas a pagar um valor extra pelo risco adicional que representam ou aceitar exclusões dentro das condições da apólice; ou se aceitariam a decisão e desistiriam de aplicar-se. Quase um terço estaria disposto a pagar um preço mais alto; um dentre cinco não se preocupa com a possível exclusão da apólice; e 18% dos entrevistados abandonaria o processo de aplicação para o seguro.

Conclusões

A proporção relativamente sadia de proteção que existe no Brasil, em comparação com outras regiões latino-americanas, baseia-se principalmente em uma sólida cultura de poupança. O nível de proteção por seguros, entretanto, permanece baixo. O motivo não é que os brasileiros possam dispensar tal seguro. Eles claramente não podem. O problema está em que eles frequentemente não estão cientes da necessidade ou da existência de produtos de seguro específicos. Cabe à indústria de seguros mudar esta situação.

Necessidade de produtos em benefício dos filhos

O estudo revela que os brasileiros preocupam-se com seus filhos e com eles próprios. Tanto os homens como as mulheres preocupam-se com o que acontecerá com seus filhos caso faleçam ou sofram um problema sério de saúde que lhes impeça de ter um rendimento. Os homens estão mais preocupados com a forma pela qual a educação dos filhos prosseguiria, e as mulheres sobre como ou quem cuidaria deles. Isto nos mostra que há espaço para produtos que visem benefícios para as crianças e forneçam uma renda quando os pais perdem seus empregos ou se tornam inválidos.

Produtos ligados a doenças são também de interesse, assim como são os produtos relacionados à proteção dos idosos. Esta área mostra a maior diferença entre o que as pessoas temem e a falta de proteção que atualmente sentem ter. Os brasileiros não estão protegidos contra os custos incorridos por uma doença grave ou a necessidade de assistência a longo prazo. Eles não têm economias suficientes com as quais contar. Portanto, o papel da indústria é criar um produto atraente para superar tais diferenças.

Aumentar a conscientização e manter simples

Cabe à indústria de seguros esclarecer os consumidores e explicar-lhes seu papel como possível fornecedora de proteção além da ajuda que possa ser dada pelo governo. Por este motivo, os produtos de seguros devem ser vendidos extensivamente e fáceis de adquirir. Devem ser claros e compreensíveis. A informação sobre os produtos de seguro precisa ser apresentada num formato compreensível. Os consumidores reclamam que o texto das apólices de seguro fica além da sua compreensão e contém termos que não fazem sentido para eles. As pessoas querem estar certas de que podem contar com a proteção que compraram anos atrás, quando não tinham problemas de qualquer espécie.

Os processos de venda e subscrição necessitam ser simples e exigir pouco tempo. Os brasileiros estão dispostos a declarar seu estado de saúde, e muitos dizem também que prefeririam pagar mais para ter proteção, para que não lhes seja recusada a cobertura. Parece que o método binário de subscrição – “aceitar” ou “rejeitar” – que existe hoje no mercado de seguros brasileiro está chegando ao fim. Além disso, os consumidores desejam produtos que fazem um pagamento à vista em caso de doença ou invalidez. Portanto, as apólices devem ser corretamente subscritas, porém sem muita complicação.

A intenção por trás desta publicação foi de fornecer mais uma visão das opiniões e atitudes da população brasileira. O passo seguinte será abordar os desafios e oportunidades destacados, de forma que a indústria possa beneficiar-se de desenvolvimentos futuros.

O caminho à nossa frente não será fácil de forma alguma, mas é aquele que a Swiss Re espera explorar junto com você.

Apêndice

Apêndice 1 – Detalhes sobre os entrevistados na pesquisa

Aprofundamento no Brasil

Foram realizadas 1.000 entrevistas.

Distribuição dos entrevistados

Onde os números não totalizam 100%, a diferença está nas respostas “não sei” e “prefiro não dizer”.

Mulheres	493	49%
Homens	507	51%

Idade

21–24	125	13%
25–34	303	30%
35–44	230	23%
45–54	190	19%
55–70	152	15%

Grupo socioeconômico

A	129	13%
B	202	20%
C1	315	31%
C2	77	8%
D	59	6%
E	218	22%

É você quem toma decisões financeiras e de compra de seguros em sua casa?

Não	225	23%
Sim	728	73%

Estado civil

Solteiro(a)	296	30%
Casado(a)/vivendo como casal	579	58%
Divorciado(a)	63	6%
Separado(a)	35	4%
Viúvo(a)	14	2%

Filhos em casa

Menor de 18 anos em casa	361	36%
Maior de 18 anos em casa	144	14%
Os filhos saíram de casa	92	9%
Sem filhos	379	38%

Apêndice 2 – Perguntas completas da pesquisa

As seguintes perguntas foram feitas a 1.000 pessoas no Brasil.

P1	Quão vulnerável você se sente em relação aos seguintes tipos de risco?
P2	Qual desses valores melhor descreve o que você, sua família ou dependentes (se houver) necessitariam para viver até a idade de 65 anos, além e acima do que o governo, um seguro privado ou a renda de parentes poderiam lhe oferecer, se você não pudesse mais trabalhar?
P3	Se você tivesse uma cobertura para interrupção dos seus rendimentos, a qual lhe pagaria EUR 1.000 (aprox. R\$ 3.060) por mês se você ficasse desempregado, quanto você estaria disposto a pagar mensalmente por isto?
P4	Vamos supor que lhe seja oferecida uma cobertura de seguro pela qual, caso necessário, você receberia um valor para pagar o que precisar a cada mês. Entretanto, você não pode aceitá-la, porque ela excede o seu orçamento mensal. Qual a probabilidade de você levar em consideração cada uma dessas alternativas a um preço consideravelmente mais baixo?
P5	No caso de você sofrer qualquer uma das condições listadas anteriormente (ou seja, tornar-se psicologicamente doente, gravemente restrito em suas capacidades de movimento, ter um acidente sério, contrair uma doença grave, ou necessitar de cuidados em idade avançada) até que ponto cada uma das opções a seguir seria do seu interesse?
P6	Até que ponto você considera atraentes os seguintes benefícios adicionais por um pequeno aumento do prêmio?
P7a	Você está familiarizado com um produto de seguro que faz imediatamente um pagamento à vista se você contrair uma doença grave (por exemplo, câncer)?
P7b	Qual a probabilidade de você levar em consideração um produto de seguro que faz imediatamente um pagamento à vista se você contrair uma doença grave (por exemplo, câncer)?
P8	Qual, dentre as afirmações abaixo, melhor reflete a sua opinião sobre um produto de seguro que faça imediatamente um pagamento à vista se você contrair uma doença grave (por exemplo, câncer)?
P9	Supondo que você necessite de um pagamento à vista de EUR 100.000 (aprox. R\$ 306.000) no caso de doença grave, quanto você estaria preparado para pagar mensalmente por esse montante de cobertura?
P10	Qual desses três fatores seria o mais importante para você ao adquirir um seguro no evento de contrair uma doença grave ou tornar-se deficiente? Marque o mais importante primeiro, a seguir o segundo mais importante, e então o terceiro.
P11	Suponhamos que você gostaria de fazer o seguro de vida tradicional (cobertura de seguro em caso de morte). Qual dos seguintes caminhos seria o mais provável que você seguiria?
P12	Selecione o que é mais importante para você quando compra um seguro. Marque o fator mais importante primeiro, a seguir o segundo mais importante, e então o terceiro.
P13	Qual a probabilidade de você levar em consideração cada um dos seguintes tipos de cobertura de seguro para a hipoteca de sua casa?
P14	Se estivesse pensando em adquirir seguro para seus filhos, quais das seguintes características seriam as mais importantes para a cobertura de seguro? Marque a característica mais importante primeiro, a seguir a segunda mais importante, e então a terceira.
P15a	Se estivesse pensando em comprar um seguro direcionado unicamente a mulheres, quais das seguintes características seriam as mais importantes para a cobertura de seguro? Marque a característica mais importante primeiro, a seguir a segunda mais importante, e então a terceira.
P15b	Se estivesse pensando em comprar um seguro direcionado unicamente para homens, quais das seguintes características seriam as mais importantes para a cobertura de seguro? Marque a característica mais importante primeiro, a seguir a segunda mais importante, e então a terceira.
P16	Se você precisasse de cuidados e apoio na velhice, em sua própria casa ou em um lar de idosos, qual dessas opções melhor descreve como pagaria por esses serviços?
P17a	Em qual dessas situações, se for o caso, você faria um seguro de assistência de longo prazo? Indique “sim” ou “não” para cada um.
P17b	Quanto estaria disposto a pagar mensalmente por um seguro de assistência de longo prazo?
P18	Se você tivesse que preencher uma proposta de seguro e fosse rejeitado devido a um problema de saúde ou prática esportiva, qual das seguintes opções seria a melhor para você?
P19	Quais destas condições você já teve ou quais você teve nos últimos 12 meses?
P20	Quanto tempo estaria disposto a passar preenchendo uma proposta para comprar um seguro de vida?
P21	Quanto tempo acha que vai ter que esperar entre o envio da proposta do seguro de vida e o início da cobertura?
P22	O que faria se a seguradora lhe pedisse para apresentar exames médicos confirmando seu estado de saúde?
P23	Com o passar do tempo, as seguradoras ganham novos conhecimentos sobre os riscos enfrentados pelas pessoas e atualizam a forma pela qual as pessoas são avaliadas. Qual é seu interesse em receber atualizações sobre o modo pelo qual uma seguradora vê que seus riscos podem estar mudando?

© 2014 Swiss Re. Todos os direitos reservados.

Título:

Relatório de Pesquisa com Consumidores
Brasileiros 2013:
Captura de oportunidades futuras

Autores:

André Azevedo,
Head L&H Business Latin America South
Hernan Fatone, Head of L&H Underwriting
Rolf Steiner, Senior Consultant L&H

Edição e realização:

Richard Mark Heard

Editor Geral:

Urs Leimbacher

Produção e design gráfico:

Corporate Real Estate & Logistics/
Media Production, Zurich

Foto de capa:

Getty Images

Disclaimer:

O conteúdo integral deste relatório está sujeito a direitos autorais, com todos os direitos reservados. As informações poderão ser usadas para propósitos privados ou internos, desde que não sejam removidos quaisquer direitos autorais ou outros avisos de propriedade. É vetada a reutilização dos dados contidos neste relatório em meios eletrônicos.

A reprodução integral ou parcial ou a utilização para quaisquer finalidades públicas somente é permitida com autorização prévia e por escrito da Swiss Re, e desde que seja indicada a referência da fonte. Agradecemos cópias de cortesia.

Embora todas as informações utilizadas neste estudo tenham sido obtidas de fontes confiáveis, a Swiss Re não assume qualquer responsabilidade pela exatidão ou integridade das informações fornecidas ou de declarações prospectivas feitas. As informações fornecidas e as declarações prospectivas feitas possuem caráter meramente informativo e não refletem de forma alguma o posicionamento da Swiss Re. Em hipótese alguma a Swiss Re assumirá a responsabilidade por perdas ou danos causados pela utilização destas informações, de modo que os leitores são advertidos a não depositar confiança indevida em declarações prospectivas. A Swiss Re não assume qualquer obrigação de rever ou atualizar publicamente quaisquer declarações prospectivas, quer em decorrência de novas informações, acontecimentos futuros ou de outras situações.

Acesse www.swissre.com para fazer o download ou solicitar cópias dessa publicação.

Número do pedido: 1505740_14_pt

Swiss Reinsurance Company Ltd
Mythenquai 50/60
Caixa postal
8022 Zurique
Suíça

Telefone +41 43 285 2121
Fax +41 43 285 2999
www.swissre.com