

Fenaprevi/DataFolha: no Norte e Nordeste, apenas 9% têm seguro de Vida

Federação apresentou nova edição de estudo lançado em 2023, e que já possibilita fazer leituras mais aprofundadas sobre a visão dos brasileiros acerca da necessidade de se proteger e de como vêm se preparando para enfrentar situações adversas e para o futuro

Salvador, 21 de novembro de 2023 — A Federação Nacional de Previdência Privada e Vida — Fenaprevi realizou, na manhã desta terça-feira (21), a divulgação ao mercado segurador baiano da pesquisa “A Percepção dos Brasileiros sobre a necessidade de proteção e planejamento: o papel dos seguros e da previdência”, realizada pelo Instituto DataFolha, em evento em Itaipava-BA. A Federação reuniu profissionais do Setor e representantes de entidades, além da imprensa, para apresentar a segunda edição do estudo (a primeira foi lançada em dezembro de 2021), trazendo um recorte dos resultados focado nas regiões Nordeste e Norte do país.

Já de início ganhou destaque a informação revelada pelo DataFolha de que apenas 9% da população das regiões possui seguro de Vida, enquanto nacionalmente o percentual é de 18%. O seguro Funeral possui maior adesão, com 21%, e somente 7% afirmaram possuir algum plano de previdência privada.

“Há uma falta da cultura do seguro no país”, destacou Francisco Alves, vice-presidente da Fenaprevi. Ele explica que no Brasil, culturalmente, se gasta mais com loteria do que se investe em produtos que visam a proteção financeira para a família. “Não está errado jogar na loteria, mas esse é um exemplo da falta de cultura securitária no país”.

E continua, agora, lembrando que funcionários deixam as empresas sem manter benefícios como o seguro. “A pessoa sai de um local de trabalho que oferece seguro de vida e normalmente não sabe que pode levar essa proteção com todas as carências cumpridas. Outro exemplo que remete à aculturação em seguros”, ratificou.

Contudo, Alves defendeu que apesar de baixos na comparação com a média nacional, os percentuais de seguro de Vida e de previdência privada revelados na pesquisa indicam o grande potencial de crescimento. E destacou as ações realizadas neste sentido. “Em dois anos o Vida superou o seguro de Auto, e isso é trabalho da Fenaprevi que vem buscando cada vez dar mais visibilidade ao mercado”, encerrou.

Segurês - O presidente do CSP-BA, Antonio Daniel Mota, concorda com Alves e acrescenta que outra grande barreira ao crescimento do segmento de seguros e previdência é a linguagem técnica utilizada, popularmente conhecida como ‘*segurês*’. “É preciso simplificar a comunicação com o público final. Existe um trabalho institucional a ser feito, de ampliar a divulgação”. E sugere que o mercado aumente o número de propagandas institucionais sobre a importância dos produtos e serviços em linguagem acessível.

O papel do corretor — Paulo Rebelo, do Sindseg TO/BA/SE, destacou a importância dos corretores no universo dos seguros, ressaltando a responsabilidade social que assumem com a difusão dos produtos de proteção, especialmente entre as classes menos favorecidas. “Será que ele (corretor) está oferecendo uma assistência Funeral para quem está na classe D? Será que ele está trabalhando o microsseguro? Rebelo ressaltou que a população carente é a que mais

necessita estar protegida, e que uma indenização pode mudar o destino de uma família. “Será que nossos corretores estão chegando lá? Alcançando essas pessoas?”, perguntou.

Planejamento financeiro — Alberto Braga, vereador da cidade de Salvador-BA, elogiou o trabalho. “Planejamento financeiro só se faz com diagnósticos, a exemplo do que demonstra a pesquisa. Para ter diagnóstico é preciso gerar informação e consciência de seguros. Precisamos fomentar a cultura securitária inclusive com políticas públicas”, defendeu.

O vereador informou que propôs o “‘PL da Semana da Conscientização do Seguro’, que deve ser aprovado”.

A Pesquisa

Já na segunda edição - a primeira foi apresentada em dezembro de 2021 -, a pesquisa Fenaprevi foi lançada nacionalmente no final de outubro, em São Paulo-SP. Para compor o estudo, o Instituto DataFolha realizou mais de duas mil entrevistas, em que foram ouvidos homens e mulheres de Norte a Sul do País, nas regiões metropolitanas e no interior. São brasileiros com 18 anos ou mais, de estados civis diferentes, integrantes de todas as classes econômicas.

Sobre a FENAPREVI

A Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (Fenaprevi) representa 65 empresas associadas que, atualmente, respondem por mais de R\$ 1 trilhão em negócios do mercado de seguros de pessoas e de planos abertos de previdência privada complementar. Tem como responsabilidade manter o constante diálogo entre as representadas, o setor público e a sociedade, visando aperfeiçoar o ambiente de negócios e estruturar produtos e serviços cuja finalidade é a proteção social e a segurança dos clientes das associadas.

A entidade também tem como missão difundir entre a população a cultura securitária e previdenciária, de forma clara, transparente e permanente, e de colaborar para o desenvolvimento social e econômico do País. Saiba mais sobre a Federação em www.fenaprevi.org.br ou acompanhe os temas, projetos e ações pelas redes sociais no [Fb.com/FenaPrevi](https://fb.com/FenaPrevi) e [LI.com/FenaPrevi](https://li.com/FenaPrevi).