O Jornal Económico

ESPECIAL

FUTURO PASSA PELA INTEGRAÇÃO DE SERVIÇOS

O decréscimo da natalidade e aumento da esperança média de vida cria oportunidades para os seguradores ao nível das reformas. Por outro lado, o desenho do seguro de vida envolve serviços que incluem a proteção da vida, a reforma e a proteção do património. O seguro de vida do futuro será mais personalizado e tenderá a ter mais flexibilidade.

Seguros com Vida

ANÁLISE
Prémios dos seguros são um regular contributo para garantia do futuro P2

JE TALKS
Taxas de juro positivas permitem produtos de rentabilidade garantida P4

ENTREVISTA
Ana Paulo
Head of Life e Membro do Conselho de Administração da Zurich Companhia de Seguros Vida
"Seguro de vida é proteção e poupança" P4

FÓRUM
Onde podem os Seguros de Vida inovar? P6

EDITORIAL

Uma obrigação

Vítor Norinha
vnorinha@jornaleconomico.pt

E no dia em que o Estado não for a solução para o final da vida ativa ou perante um sinistro absolutamente imprevisto? Nesse dia os céticos perante modelos de poupança ou de cobertura de risco irão pensar na asneira feita há uns anos quando era possível fazer um seguro de Vida com bom preço. E agora? A solução é aquela que a generalidade dos portugueses pensa. O Estado irá resolver e terá uma qualquer solução mas - se não tiver essa solução, teremos as redes sociais para nos lamentarmos de algo que nos aconteceu porque não pensámos no assunto antecipadamente.

O tema desta semana nos seguros é o ramo Vida e intitulámo-lo "Seguros com Vida" pelo facto de associado a este ramo estar a inovação permanente do produto e, também, a necessidade de gerar literacia ao consumidor final. Antes de mais e para a generalidade da população estes são seguros associados aos créditos à habitação, mas mais do que uma obrigação o seguro de Vida deve ser associado a uma proteção em termos de responsabilidade social. E quando em termos individuais se pergunta qual o seguro de eleição na proteção individual, a resposta está na ponta da língua e é o seguro de Saúde. Mas o seguro de Vida tem uma missão mais ampla: visa evitar uma miséria súbita de quem por um qualquer sinistro perde um ente querido ou o suporte económico do agregado. E, nos dias que correm o seguro de Vida tem associadas coberturas como doenças graves ou subsídios de hospitalização e não apenas o pagamento de uma quantia perante a morte ou perante a invalidez total e permanente. Há ainda seguros de Vida com proteção ao desemprego associado embora aqui as manifestações de descontentamento são muitas tendo em conta as cláusulas com exclusões. Há soluções para todos e para todos os bolsos mas, antes de tudo, é preciso acreditar que este é um custo que vale a pena. E se tiver associada a função poupança melhor ainda A subida dos juros vai favorecer este tipo de produtos que não sendo especulativos acompanharão a inflação quando esta estabilizar em baixa.

ANÁLISE

Prémios dos seguros são um regular contributo para garantia do futuro

A oferta tradicional de seguros de Vida está em mutação. As tendências demográficas com o decréscimo da natalidade e o aumento da esperança média de vida obrigam a inovar.

VÍTOR NORINHA
vnorinha@jornaleconomico.pt

O negócio dos seguros de Vida tende a ser mais ágil, digital e centrado no cliente, afirma Carla Sá Pereira, partner da EY e responsável pela área dos seguros. Por outro lado, a tipologia do serviço deve ser adaptada à geração dos clientes que se pretende servir, refere a gestora e conclui que se espera "maior flexibilidade e personalização dos produtos".

E embora o seguro de Vida seja para muitos consumidores associado ao crédito à habitação e por isso este seguro ainda está muito dependente do Vida individual, a verdade é que este produto tem de ser encarado no âmbito da proteção individual, refere Ana Mota, diretora da Saúde na MDS Portugal. Adianta que quando se questiona um consumidor sobre o mais importante seguro facultativo a resposta é o seguro de Saúde mas, na verdade o seguro de Vida pode significar a diferença entre ficar na miséria ou ficar com liquidez para despesas necessárias após um sinistro grade que envolve a morte ou a incapacidade total e permanente do segurado. E o seguro de Vida tem vindo a adaptar-se e inclui capital por doenças graves e pode ainda incluir subsídio de hospitalização e há ainda alguns contratos que têm incluída a proteção ao desemprego, embora aqui a generalidade do mercado alerte para o conjunto de exclusões. Globalmente o seguro de Vida está acoplado a outro tipo de benefícios e garantias, sendo certo que é crítico que o segurado tenha "a visão que precisa de se proteger", refere Ana Mota. Adianta que o preço é acessível desde que o seguro seja feito no sentido de assegurar a sobrevivência para os primeiros tempos após um sinistro.

Poupança

Questionados sobre a importância do seguro de Vida como instrumento de poupança, refere Ana Mota da MDS Portugal que o seguro de Vida "é um importante veículo de captação de poupança e investimento, seja por via dos PPR, seguros de capitalização ou mesmo através de Fundos de Pensões patrocinados por empresas". E adianta ser cada vez mais importante "que estas soluções se adequem às necessidades de cada fase da vida, com soluções Life Cycle que ofereçam coberturas em função da idade, da estrutura familiar e outros fatores condicionantes" e reforça a necessidade de um aconselhamento especializado. Por seu lado Carla Sá Pereira, partner da EY, realça que o contexto atual de aumento do custo de vida e de risco de uma recessão económica trará "incertezas e desafios. Verificou-se um acréscimo da produção do seguro de Vida nos anos mais recentes. De facto, depois de termos assistido a uma redução de 34,6% entre 2019 e 2020, verificou-se um crescimento acentuado (68,5%) em 2021. Seguindo a mesma tendência, no primeiro trimestre de 2022 registou-se um crescimento de 40,7% face ao período homólogo. O ambiente de taxas de juros muitos baixas que se verificou durante muito tempo levou a uma tendência para a redução de produtos com garantias financeiras e para a passagem de pelo menos uma parte do risco financeiro para o consumidor. A inovação da oferta de serviços referida anteriormente e o incremento das taxas de juro poderá alterar esta tendência". Adianta que "uma política fiscal aliciante irá também naturalmente contribuir para um incremento da captação da poupança. Mas é também importante que se trabalhe para uma cultura de poupança em Portugal. Nas famílias, nas escolas (educação financeira) e na sociedade em geral. Aqui o setor pode ter um importante papel e inovar na sua oferta, proporcionando oportunidades para lançar campanhas de formação dos consumidores e aumentar a acessibilidade e conhecimento dos produtos de seguro, sendo já visíveis várias ações neste sentido". E sobre o mesmo tema refere António Castanho, presidente do Conselho de Administração Executivo da CA Vida, que "embora as exigências regulamentares sobre a atividade financeira tenham aumentado de forma exponencial para as seguradoras, a verdade é que o capital de confiança angariado pelas seguradoras se mantém, certamente suportado na solidez destas instituições, nos bons resultados obtidos e na sua transparência. Daí que a mais ou menos relevância das seguradoras na captação da poupança não está na sua capacidade de oferta, mas sim e essencialmente nas condições de mercado. Os últimos anos em ciclo de muito baixas taxas de juro condicionaram significativamente a capacidade de as seguradoras obterem rentabilidades para os seus produtos, contudo os números de produção dizem-nos que o sector não deita a toalha ao chão". Já Nelson Machado, membro da Comissão Executiva do Grupo Ageas Portugal, fala de números e frisa que nas últimas décadas se tem assistido a uma taxa de poupança inferior à taxa da UE (10,9% em 2021, inferior aos 13,3% na zona Euro), no entanto, os seguros de Vida têm tido um importante contributo, com mais de 6,3 mil milhões de euros de novos prémios em produtos de poupança, só em 2021. Frisa que "entre os desafios que Portugal enfrenta nesta área, destaca-se a importância da poupança para a Reforma para fazer face ao envelhecimento da população e para o qual os seguros de Vida têm soluções, particularmente, vocaciona-

No primeiro trimestre de 2022 registou-se um crescimento de 40,7% face ao período homólogo

Unsplash

das para uma poupança a longo prazo e com benefícios fiscais importantes.

Paralelamente e à medida que os clientes se apercebem do impacto que as frequentes alterações nas condições dos mercados financeiros tem nas suas poupanças, como a que estamos a assistir, aumenta a importância dos investimentos em produtos que combinem prazos mais longos com a diversificação dos investimentos, e com base em produtos sustentáveis (ESG). Os seguros de vida serão, por isso, um importante veículo de poupança no futuro para as famílias em Portugal".

O seguro de Vida deve ser encarado como proteção para obter capital perante uma doença grave ou incapacidade mas também como uma conta-poupança a favor do segurado, realça Ana Paulo, membro da administração da Zurich Vida. Adianta que "tanto os seguros de vida tradicionais como os unit-linked podem voltar a ser atores relevantes na captação de poupança. Prova disso é o aumento de poupanças verificado em Portugal nestes últimos dois anos com estas opções. Os seguros de Vida permitem que os clientes invistam e diversifiquem as suas poupanças de forma ajustada aos seus perfis de risco e, com isso, otimizem os seus objetivos de poupança. A juntar a estas vantagens, surge agora o contributo que cada segurado pode dar para o desenvolvimento sustentável do planeta, se optar por investir em produtos com estas características". ■

Sabseg com app aposta na omnicalidade

A corretora de seguros Sabseg tem previsto lançar este ano uma app que disponibilizará soluções de subscrição online para clientes, com o foco em soluções de omnicalidade. Entretanto, números de 2021 revelam um crescimento dos prémios recebidos da ordem dos 20% para os 31,5 milhões de euros. A tecnologia foi a principal área de investimento da empresa com a transformação digital. O investimento de 1 milhão de euros ficará concluído neste terceiro trimestre, de acordo com informação da empresa. A corretora atua nos ramos Reais e Vida e tem capacidade de construir soluções customizadas. Miguel Machado, o presidente do conselho de administração da Sabseg adianta em nota que a aposta tem sido o crescimento orgânico mas não descarta as oportunidades de aquisição. Refere Carlos Martins, diretor geral da Sabseg, que "para os grupos empresariais, pelo conjunto de pessoas seguras que representam, existe a possibilidade de customizar as soluções de proteção nas áreas de VIDA e de SAÚDE, permitindo assim desenvolver produtos específicos para cada universo, contemplando os mais diversos modelos de proteção e cofinanciamento, capazes de responder às preocupações e evolução da população segura, bem como dotar as organizações da flexibilidade necessária para responder às eventuais alterações conjunturais ou estruturais das suas operações". Entre as coberturas mais relevantes está o cyber risk. Refere o gestor ser "extraordinário o incremento do número de ataques cibernéticos ocorridos nos últimos anos, pelo enorme conjunto de preocupações e responsabilidades que estabelecem às empresas, constituem-se cada vez mais como um tema da maior importância na gestão de risco, nomeadamente pelos enormes custos que lhe estão associados e aos focos de reclamações e litigância que fomentam". Acrescenta que "apesar do registo do agravamento dos pressupostos de análise e avaliação da subscrição dos mercados de seguro e resseguro para este tipo de seguros, é possível proceder ao reforço substancial da proteção das organizações, procedendo à transferência para o mercado segurador de uma parte muito substancial desses riscos, destacando-se os relacionados com a extorsão cibernética, a gestão de incidentes, a responsabilidade pela utilização e tratamento da informação, bem como as próprias perdas por interrupção de serviço".

GamaLife aposta na subscrição digital

Preços baixos e facilidade de adesão atraem clientes

A subscrição de seguros por via digital é a nova aposta da GamaLife. Após concluir o seu processo de recuperação e reestruturação, a Companhia iniciou, em março de 2020, a sua viagem digital, com a comercialização do produto Vida Segura, uma inovação realizada em parceria com o Novobanco, que disponibiliza os seguros através do seu website e app.

O sucesso desta aposta é comprovado quer pelos números (número de subscrições online deste produto tem registado um aumento mensal de 25%, e os capitais seguros associados são bastante superiores em comparação com a venda física – 33% no seguro base e 100% no premium), quer pela distinção atribuída nos Digital CX Awards, um prémio de grande reputação a nível mundial que reconhece a inovação e excelência na Experiência Digital empresa/cliente.

Consciente de que para o cliente as subscrições digitais proporcionam uma maior qualidade e proteção, a GamaLife decidiu reforçar a sua oferta digital, e na área Vida já disponibiliza três produtos: Vida Segura, Vida Segura Plus e Vida Segura 18.25.

O Vida Segura visa assegurar uma maior proteção pessoal e familiar, sendo especialmente orientado para casais com filhos menores. As coberturas são a morte e invalidez absoluta ou definitiva e ainda a antecipação de capital em caso de doença grave, centrando-se nas mais frequentes entre a população portuguesa (enfarte do miocárdio, AVC e cancro). O Vida Segura Plus é destinado a clientes que procuram uma proteção ainda mais ampla. Além de morte, garante a proteção em caso de Invalidez Total e Permanente e cobre 27 doenças graves.

O Vida Segura 18.25 é especialmente adaptado aos jovens entre os 18 e os 25 anos. Por apenas 3 euros mensais, garante um capital seguro fixo de 10 mil euros, assegurando as coberturas de morte, 8 doenças graves e Invalidez Total e Permanente por Acidente.

De recordar que a GamaLife encerrou 2021 com uma produção total de 602,6 milhões de euros (crescimento de 108%), o que permitiu reforçar o 5º lugar do ranking nacional de seguradoras, com uma quota de mercado de 7,8% (6,3% em 2020). No negócio unit linked, a produção atingiu os 529 milhões (subida de 373%), o que significa uma quota de mercado de 11,3% (5,7% em 2020).

com o apoio GamaLife

JE TALKS

Taxas de juro positivas permitem produtos de rentabilidade garantida

Os seguros de vida oferecem mais do que uma proteção em caso de morte. O retomar das taxas de juro positivas vai reforçar o potencial da capitalização das apólices, salientam líderes do sector.

JOÃO SANTOS COSTA
jcosta@jornaleconomico.pt

O seguro de vida vai deixar de ser encarado como uma obrigação rotineira no momento de assinar um crédito à habitação, asseguram líderes do sector do Jornal Económico. A tendência, com o recuperar das taxas de juro positivas, é que passem a ser vistos como produtos financeiros de rentabilidade garantida.

"Diria que, naquilo que tem que ver com seguros de vida em Portugal, estes sempre estiveram tradicionalmente ligados ao cumprimento de uma obrigação, nomeadamente associados ao crédito hipotecário", começa por explicar o diretor geral da SABSEG, Carlos Martins. Esta tradição, como lhe chama, alterou a perceção do público português daquela que pode ser uma ferramenta de segurança mais alargada do que à partida se pensa. "Basicamente, os português têm, no comportamento de aquisição de seguros, uma contratação por obrigação e imposição legal".

No caso do crédito à habitação, em que essa contratação é uma exigência há vários anos por parte do sector financeiro, não se vai assistir a um estagnar na oferta, assegura. "O boom imobiliário tem vindo, de certa forma, a trazer um conjunto alargado de desenvolvimento nesta área. Não só no aumento da oferta, mas também na procura dos clientes em salvaguardar melhor aquelas que são as suas posições financeiras, e as da sua família, no caso de uma fatalidade ou mesmo uma doença grave", sublinha Carlos Martins. Mas não só no espectro familiar - também as empresas, e cada vez mais as pequenas e médias empresas, olham para este produto como uma forma de "assegurar homens-chave" e proteger a continuidade das operações. Há, contudo, que recordar e reforçar o papel dos corretores independentes na hora de contratar estas apólices, defende, pelo grau de preparação e transparência que estes podem conferir.

Carlos Martins
Diretor geral
SABSEG

Gonçalo Castro Pereira
Vice-presidente
GamaLife

Por sua vez, o vice-presidente da GamaLife, Gonçalo Castro Pereira, sublinha que o sector "tem vindo a alargar o leque de oferta de coberturas complementares" e que exemplo disso são as doenças graves. "Em Portugal não há ainda uma consciência tão abrangente da necessidade de ter um seguro de vida", diz. "Sabemos que as doenças graves têm uma incidência muito maior e a tendência é continuarem. Eventualmente, a gravidade e letalidade podem não ser as mesmas com os avanços tecnológicos e científicos.

Sobre o retomar das taxas de juro positivas, o vice-presidente da seguradora classifica o período até agora como uma anormalidade. "O que aconteceu foi uma anormalidade de taxas negativas durante uma série de anos", explica, e que o "recrudescimento das taxas positivas vai permitir voltar a produtos de rentabilidade garantida".

O objetivo, salienta, é que os clientes vejam a mais-valia. "Os produtos de vida com capitalização continuam a ser, quer da perspetiva de reforma, quer da perspetiva de investimento, uma opção bastanta válida", sublinha Gonçalo Castro Pereira. ■

JE Tv

Assista a esta Talk na JETV, a plataforma multimédia do Jornal Económico

ENTREVISTA | ANA PAULO | Head of Life e Membro do Conselho de Administração da Zurich Companhia de Seguros Vida

"Seguro de Vida é proteção e poupança"

O seguro de Vida deve ser encarado como proteção para obter capital perante uma incapacidade mas também como pupança.

VÍTOR NORINHA
vnorinha@jornaleconomico.pt

Como deve ser encarado um seguro de vida? Proteção, poupança ou ambos?
Um seguro de Vida deve ser encarado como proteção e como poupança. Tendo sempre como objetivo a proteção financeira dos clientes de uma forma muito abrangente, o seguro de vida pode ser encarado como proteção na obtenção de capital em momentos de doença grave, incapacidade ou morte, mas também como uma conta-poupança em que o valor é devolvido ao segurado ao fim de um determinado período de anos.

Faz sentido voltar a falar de rendas vitalícias nos seguros numa altura em que os juros estão a subir e a inflação está elevada?
Há uma grande instabilidade dos mercados financeiros, a pandemia ainda não terminou e, devido ao conflito Rússia-Ucrânia, a situação financeira e económica da Europa também está muito volátil. Por ora, a situação europeia e mundial ainda é muito incerta e pode ser prematuro voltar a ter esta discussão.

O que deve ter um seguro de vida para além do pagamento de um montante após a morte a os herdeiros? Deve incluir subsídios de hospitalização, cobertura de doenças graves e outras?
A grande maioria dos seguros de vida que existem no mercado português já incluem todas estas coberturas adicionais. No caso da Zurich as nove doenças graves que temos atualmente previstas são as seguintes: Acidente Vascular Cerebral, Cancro, Cirurgia das artérias coronárias, Demência – Parkinson e Alzheimer incluídas - Diabetes Mellitus, Enfarte Agudo do Miocárdio, Esclerose múltipla, Insuficiência renal crónica em hemodiálise e Transplante de órgãos vitais.

Um seguro de vida deve incluir proteções ao desemprego?
Na legislação portuguesa, a proteção ao desemprego não é uma cobertura específica do ramo Vida. Sendo um produto do ramo não Vida, na generalidade, o mercado segurador também disponibiliza esta proteção na sua oferta.

Devem as empresas incluir este benefício nas propostas aos seus colaboradores?
Os pacotes de benefícios para os colaboradores são um dos fatores diferenciadores com que as empresas se têm preocupado muito nos últimos anos, como forma de reter e atrair talento e, também, de promover o bem-estar. O seguro de saúde, o seguro dentário, o seguro de vida ou o Plano Individual de Reforma, são apenas alguns exemplos do que as empresas disponibilizam aos seus colaboradores. Em Portugal, a proteção ao desemprego ainda não é prática comum, mas os dados que temos indicam-nos que esta discussão tem de ser muito mais alargada. No ano passado, quando lançámos o nosso estudo Workforce Protection, sugerimos a revisão da proteção dos colaboradores e a criação de um novo contrato social, que terá de passar por uma ampla cooperação entre governos, empregadores, seguradores e comunidades no apoio aos desgastados sistemas de segurança social, para que estes possam assegurar uma resposta de proteção social mais flexível e segura, capaz de apoiar as pessoas ao longo da sua vida profissional.

Os particulares precisam de literacia financeira para perceber o que significa um seguro de Vida?
Não me parece necessário ter conhecimento específico para perceber a dinâmica dos seguros de Vida. Na minha opinião, a literacia financeira é muito mais importante na base da poupança, como por exemplo, em casa, nas idas aos supermercados, nas compras por impulso e em muitas outras. Quando a preocupação está a este nível, a importância da poupança mensal e dos seguros de Vida e planos poupança reforma surgem de forma natural. A categoria poupança do nosso blog Mundo Z, onde partilhamos vários artigos sobre poupança, é a mais lida mensalmente e isto é um sinal de que há procura e curiosidade por este tema. ■

Ana Paulo
Head of Life e Membro do Conselho de Administração da Zurich Companhia de Seguros Vida

SafeCare
SAÚDE

Ninguém precisa de cobertura para doenças graves. Até precisar.

Só quando precisamos de saúde é que lhe damos o devido valor. Com o **SafeCare Saúde Viva Mais da AEGON Santander**, pode acrescentar ao seu seguro de saúde 1.000.000€ de cobertura adicional para doenças graves numa rede médica internacional.

Saiba mais em **aegon-santander.pt** ou informe-se num balcão Santander.

AEGON Santander
SEGUROS NÃO VIDA

Não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida. A Aegon Santander Portugal Não Vida – Companhia de Seguros, S.A. encontra-se registada na Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF) sob o n.º 1192, com o NIPC 513251936, Capital Social: 7.500.000,00€, com sede na Rua da Mesquita, n.º 6, 1070-238 Lisboa Entidade distribuidora: Banco Santander Totta, S.A., com o NIPC 500844321, Capital Social: 1.256.723.284€, com sede na Rua da Mesquita, n.º 6, 1070-238 Lisboa.

FÓRUM

Inovar está na génese dos seguros

A inovação no produto tem de ser acompanhar pela consciencialização da necessidade de um seguro que garanta no futuro a continuação da vida e dos negócios. O Estado não é a solução para tudo e o esforço individual ou coletivo, via empresas, é crítico para manter a sustentabilidade familiar. *Por Vítor Norinha*

Onde podem os Seguros de Vida inovar?

ANTÓNIO CASTANHO
Presidente do Conselho de Administração Executivo da CA Vida

A atividade de seguros de vida nunca deixou de inovar particularmente no que respeita aos produtos de vida risco, mesmo em conjunturas económicas desfavoráveis, estando patente na variedade de produtos e de coberturas de riscos a capacidade que o sector tem de se adaptar e de ir ao encontro do que considera ser as expetativas dos seus clientes.
Mas nem sempre os clientes correspondem de forma entusiástica a produtos que se consideram ser fundamentais para a sobrevivência económica das famílias em caso de um triste e fortuito acontecimento. Sabemos do espírito positivista do português, o qual tem horror a pensar nos maus momentos e é detentor de um escudo invisível que o protege de tudo o que vai vendo acontecer aos outros. Certos ainda de que o Estado terá sempre uma solução para uma distante e improvável desgraça. Ao analisar a natureza dos sinistros e o volume de indemnizações pagas, confirma-se que não somos assim tão heróis de banda desenhada, somos humanos sujeitos a acidentes e doenças que transformam radicalmente a nossa vida e a dos que connosco partilham as suas vidas, muitas das vezes, dependentes de nós. Por tudo isto, a inovação, mais do que o produto, passa sim por consciencializar a sociedade que os momentos difíceis acontecem e que o dinheiro gasto nos prémios de seguro é um pequeno e regular contributo que garante no futuro, em caso de infelicidade, a manutenção de uma vida digna.

NELSON MACHADO
Membro da Comissão Executiva do Grupo Ageas Portugal

No Grupo Ageas Portugal identificamos várias oportunidades de inovação dos produtos vida, nomeadamente, através da melhoria da experiência a partir de processos de subscrição omnicanal, mais ágeis, simples e intuitivos assim como, o desenvolvimento de bundles de produtos que incluam seguros de vida e que respondam às necessidades de proteção dos Clientes; a atribuição de descontos e outros serviços complementares que premeiem comportamentos mais saudáveis: como a monitorização da saúde (check-ups). E, por último, mas não menos importante a adequação das soluções de proteção, apostando desta forma na formação da nossa rede de Distribuidores, para garantir uma oferta mais personalizada e adequada às necessidades de cada cliente.

ANA PAULO
Head of Life e Membro do Conselho de Administração da Zurich Companhia de Seguros Vida

A atividade seguradora nunca pode parar de inovar porque a dinamização do negócio está estreitamente dependente do acompanhamento e resposta à evolução dos riscos que as pessoas e as sociedades enfrentam. É por isso que no ramo Vida continuamos a identificar as tendências e necessidades dos clientes ao nível da proteção financeira, para assim adaptarmos ou desenvolvermos serviços e benefícios para os seguros de vida e poupança. No contexto atual há duas áreas muito interessantes para inovar: bem-estar e investimento sustentável.
Com a crescente preocupação do consumidor com o seu bem-estar, o seguro de vida pode deixar de ter foco na morte, invalidez e incapacidade, passando a atuar na prevenção de doenças e qualidade de vida. Esta mudança de paradigma daria muitos mais momentos de interação e envolvimento entre o segurador e o segurado, relação que agora não acontece.
Também o investimento sustentável pode assumir, a curto prazo, um papel inovador através do desenvolvimento de produtos que acelerem o progresso rumo à prosperidade do planeta. É fundamental que os seguradores deem, aos seus clientes, a possibilidade de investirem em empresas com critérios de sustentabilidade, inspirando-os a contribuírem para a resolução dos desafios societais que enfrentamos e que estão bem espelhados nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

NUNO CASTRO
Associate Partner & Head of Insurance da NTT DATA Portugal

A baixa taxa de poupança conjugada com a evolução do rácio demográfico e a diminuição da população ativa provocará uma variação abrupta no bem-estar, no padrão de consumo das famílias e levará a uma redução significativa dos seus rendimentos futuros, após a idade de reforma. Desta forma, o desafio que se coloca é o de fomentar a poupança dos mais jovens, por um lado, e, por outro, o de prevenir e cobrir riscos relacionados com o aumento da sinistralidade da população mais envelhecida, através de seguros mais adequados para esta faixa etária.
Com base nestas premissas é fundamental que o setor, quer através dos seus operadores, quer da supervisão procure continuar a inovar e a se reinventar através da:
- Criação, em conjunto com o estado, de soluções inovadoras e fiscalmente atrativas, que estimulem a poupança e que permitam canalizar grande parte das poupanças criadas, tirando proveito de uma possível subida de juros. É fundamental tirar partido de novos produtos como o Produto Individual de Reforma PanEuropeu, mas também procurar cada vez mais criar novos produtos e serviços inovadores, que garantam apoio extra em caso de diagnóstico de doença grave.
- Criar soluções flexíveis e de fácil compreensão na área da subscrição, poupança e investimento, que procurem promover a educação e a saúde financeiras, através de serviços simples, acessíveis e digitais e que permitam reforçar a confiança da sociedade nestes instrumentos.
- Apostar na criação de programas que visam promover, por um lado, um estilo de vida saudável (através de gamificação, por exemplo) com o foco na prevenção de doenças, ou, por outro lado, focados no bem-estar, apoio e na prestação de serviços à população idosa.

CARLA SÁ PEREIRA
Partner da EY - Insurance Consulting Leader

A inovação nos seguros de Vida está a ser impulsionada por vários fatores. O contexto macroeconómico, as tendências demográficas e os recentes eventos com elevado impacto na vida das pessoas têm levado os consumidores a questionarem a oferta tradicional dos seguros de Vida, e também dos de Saúde. Uma das áreas a explorar é o desenho de produtos que permitam uma integração de serviços e seguros, quer seja de Vida (incluindo proteção da vida, reforma e proteção de património), quer seja de Saúde. O decréscimo da natalidade e o aumento da esperança média de vida vem aumentar a pressão sobre a Segurança Social, criando oportunidades para as seguradoras para serviços para a reforma e durante a reforma; talvez assistamos a um acréscimo similar ao que se verificou nos últimos anos no seguro de Saúde com a pressão do SNS.
Ter um negócio mais ágil, digital e centrado no cliente, que permita uma melhor experiência do cliente (mas também dos parceiros de negócio) é também importante. Para uma centralização no cliente, a tipologia de serviço e a forma como se distribui dever ser adaptada à geração de clientes (atuais e futuros) que se pretende captar. Em resposta à evolução das suas expectativas, espera-se maior flexibilidade e personalização dos produtos. Os numerosos dados de que as seguradoras dispõem podem impulsionar a inovação nos seguros, ainda que o seu tratamento para estes fins ainda seja desafiante para uma grande parte dos operadores. Sobre este tema, e para maior detalhe, destaco o estudo da EY "NextWave Insurance: Life insurance and retirement – How insurers can navigate to growth in the next decade", que descreve as principais tendências que estão a transformar o mercado de seguros de vida e de reforma e como as mesmas se desenvolverão durante os próximos dez anos.

ANA MOTA
Diretora de Saúde, Vida e Previdência da MDS Portugal

Subscrever um seguro de vida é planear a longo prazo de forma a ter conforto num futuro incerto. No entanto, em Portugal o seguro de vida continua a ser muito associado ao crédito à habitação, dada a sua exigência pelas entidades bancárias. Isto faz com que, pese embora não seja obrigatório, acabe por ser encarado como tal. Contudo, a incerteza trazida pela pandemia, a instabilidade do panorama internacional e a conjuntura inflacionista vêm reforçar as vantagens de subscrever um seguro de vida que garanta uma proteção pessoal e familiar mais abrangente. Até porque a liquidação de um empréstimo não assegura a manutenção da estabilidade financeira de uma família. Assim, para a promoção do seguro de vida é essencial inovar e estar mais próximo das necessidades dos clientes. Por um lado, é necessário facilitar o acesso aos seguros de vida através do ambiente digital, com um processo simplificado de simulação e contratação. Deverá ser disponibilizada informação de forma fácil e transparente (permitindo comparar o que é comparável), e garantir o posterior acesso permanente à documentação contratual. Por outro lado, começamos a ver o aparecimento de novas coberturas, mais ligadas à cobertura de riscos temporários associados a eventos imprevistos que afetam o orçamento familiar, por implicarem diminuição da capacidade financeira de uma família ou individuo de lhes fazer face. É o caso de doenças graves, cirurgias ou perda de rendimentos de qualquer ordem.
Seja num mundo digital ou na subscrição de novas coberturas, os segurados devem contar com o apoio de entidades profissionais habilitadas para o melhor aconselhamento, como é o caso de corretores de seguros com competências comprovadas nesta área.

PUB

metlife.pt

MetLife
Exploremos a vida juntos

PUB

SABSEG
SEGUROS

1º

Líder na Corretagem e
Mediação de Seguros
em Portugal.

Obrigado!

a todos os nossos clientes, parceiros
e colaboradores por confiarem em nós.

ESCRITÓRIOS

33

CLIENTES PARTICULARES
E EMPRESAS

203.000

O futuro é na SABSEG

www.sabseg.com