

**PROJETO DE LEI Nº 2002/2019**  
**AUDIÊNCIA PÚBLICA**

**Comissão de Defesa dos Direitos da  
Pessoa Idosa  
Câmara dos Deputados**

**13.07.2022**



**FenaPrevi**

Federação Nacional de  
Previdência Privada e Vida

O mercado de **Seguros de Pessoas** tem uma ampla variedade de produtos, para prover **proteção** aos mais diversos tipos de necessidades dos segurados, ao longo de toda a sua jornada de vida.

Alguns produtos visam a proteção do segurado, outros a proteção a seus beneficiários. Ainda há seguros que visam a proteção de ambos: segurados e seus beneficiários.

- ▶ Seguro de Vida
  - ▶ Seguro de Acidentes Pessoais
  - ▶ Seguro de Invalidez
  - ▶ Seguro de Doenças Graves/Terminais
  - ▶ Desemprego / Perda de Renda
  - ▶ Seguro Educacional
  - ▶ Seguro Viagem
  - ▶ Seguro Prestamista
  - ▶ Seguro Funeral
  - ▶ Seguros Dotais
  - ▶ Previdência Privada
  - ▶ outros
- ▶ Coberturas e serviços /assistências específicos para o público de mais de 60 anos (cobertura de fratura de ossos e de queimaduras, assistência para adaptação de residência - Instalação de barras de segurança em banheiros, etc).

**A ESCOLHA É DO CLIENTE, DE ACORDO COM SUAS NECESSIDADES, E DO MOMENTO DE VIDA EM QUE SE ENCONTRA**

**PROTEÇÃO**  
**Ao Segurado e aos**  
**seus Familiares**



**Objetivo do Seguro de Vida** → **na ausência do provedor, o capital segurado se destina à família (beneficiários)**, para ajudar a se restabelecer financeiramente/manter o padrão de vida: arcar com as necessidades do dia a dia: alimentação, moradia, educação, saúde, transporte, despesas emergenciais, etc.



**NÃO CABE A COMPARAÇÃO COM OS PLANOS DE SAÚDE:**  
estão ligados à necessidade do próprio cliente de cuidado com sua saúde

**O OBJETIVO DO SEGURO DE VIDA É DISTINTO DO OBJETIVO DO PLANO DE SAÚDE**

## SEGURO DE VIDA

**Segurança  
financeira para  
quem AMAMOS  
(Destinado aos  
Beneficiários)**



## Cálculo do Prêmio | Equilíbrio do Plano

O Seguro de Vida pode ser estruturado em 2 regimes: repartição (mutualismo) e capitalização. Em ambos os casos, o valor do seguro (prêmio) depende do risco.

$$\text{PRÊMIO} = \text{TAXA} * \text{CAPITAL SEGURADO}$$

(risco)                      (indenização)

VARIÁVEIS QUE  
INFLUENCIAM O RISCO

- CONDIÇÕES DE SAÚDE
- ASPECTOS OCUPACIONAIS
- HÁBITOS DE VIDA
- IDADE

| TÁBUA | AT-2000 MALE |
|-------|--------------|
| Idade | qx           |
| 20    | 0,000549     |
| (...) |              |
| 35    | 0,000792     |
| 36    | 0,000794     |
| (...) |              |
| 40    | 0,001043     |
| (...) |              |
| 50    | 0,003330     |
| 51    | 0,003647     |
| 52    | 0,003980     |
| (...) |              |
| 60    | 0,007170     |
| 61    | 0,007714     |
| 62    | 0,008348     |
| (...) |              |
| 75    | 0,031477     |
| 76    | 0,034686     |
| 77    | 0,038225     |
| (...) |              |
| 80    | 0,051128     |

**O EQUILÍBRIO DO SEGURO É FUNDAMENTAL PARA GARANTIR A PROTEÇÃO DOS BENEFICIÁRIOS DOS CLIENTES FALECIDOS**

**O PRÊMIO É  
CALCULADO A  
PARTIR DE BASES  
TÉCNICAS,  
VISANDO O  
EQUILÍBRIO DO  
PLANO**

# Cálculo do Prêmio e Vigência | Equilíbrio do Plano



## Seguros de Vida em Repartição (mutualismo)

Todos os segurados contribuem com prêmios de forma a propiciar o pagamento dos capitais segurados decorrentes dos sinistros ocorridos no período.

Estes seguros possuem **preços mais acessíveis em idades mais jovens**, se elevando ao longo do tempo, à medida que aumenta o risco de morte (utiliza-se tábua de mortalidade, que mede a probabilidade de morte).

Objetivo: **Proteção a Curto Prazo.**

O **prazo de vigência normalmente é anual**, com possibilidade ou não de renovação (a exemplo do seguro de automóvel).

## Seguros de Vida em Capitalização

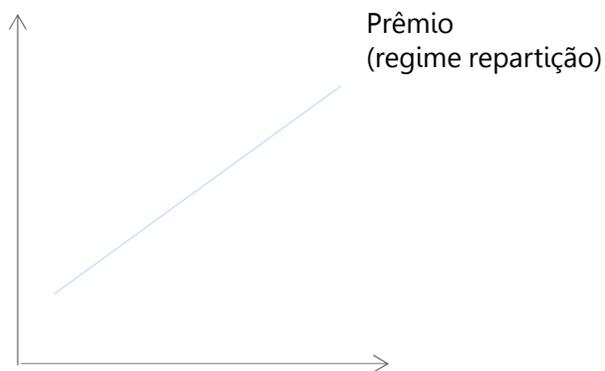
Os **prêmios são nivelados (constantes)** → o **jovem paga um prêmio superior ao seu risco**, para constituição de uma reserva para quando seu risco for maior do que o prêmio.

Objetivo: **Proteção a longo prazo, podendo o prazo de vigência ser vitalício (Seguro de Vida Inteira).**

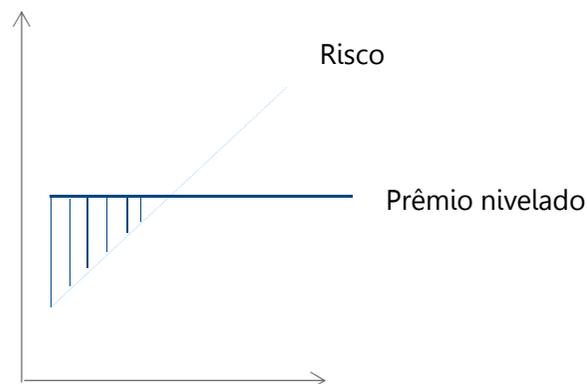
**A ESCOLHA É DO CLIENTE**

**SEGURO DE VIDA**  
**Opções diferenciadas, para necessidades diferenciadas**

## REGIME DE REPARTIÇÃO



## REGIME DE CAPITALIZAÇÃO



\* Gráficos ilustrativos

$$\text{PRÊMIO} = \text{TAXA} * \text{CAPITAL SEGURADO}$$

Em ambos os casos, os valores são atualizados anualmente, de acordo com o índice de preços estabelecido nas condições contratuais (o valor do capital segurado é atualizado pelo mesmo índice).

**A ESCOLHA É DO CLIENTE**

**SEGURO DE VIDA**  
**Opções**  
**diferenciadas, para**  
**necessidades**  
**diferenciadas**

## NÃO RENOVAÇÃO



## RESCISÃO/CANCELAMENTO

**O contrato foi cumprido** e sua vigência chegou ao fim.

As partes podem, ou não, decidir renová-lo.

Caso prevista renovação automática, ela só poderá ocorrer uma única vez, pelo mesmo período.

Depende de casos específicos, previstos em normativo (exemplo: fraude, falta de pagamento dos prêmios etc)

**A legislação impede a rescisão unilateral dos contratos pela seguradora.**

**AS SEGURADORAS CUMPREM A VIGÊNCIA DOS CONTRATOS**

**SEGURO DE VIDA**  
**Não é permitida a rescisão unilateral pela seguradora**

- ▶ A aplicação de critérios atuariais no cálculo do prêmio não configura discriminação da pessoa idosa. Eles são fundamentais para o equilíbrio do seguro e, portanto, para garantir a proteção financeira aos beneficiários dos clientes falecidos.
- ▶ Já existe opção de seguro de vida cujo prêmio é nivelado/constante (estruturado em regime de capitalização), com prazo de vigência vitalício. A escolha é do cliente.
- ▶ As seguradoras cumprem a vigência dos contratos, não havendo a possibilidade de rescindirem unilateralmente.
- ▶ As seguradoras cumprem o arcabouço normativo, inclusive no que diz respeito a necessária transparência.



**OBJETIVO DO MERCADO SEGURADOR: ATENDER CADA VEZ MELHOR O CLIENTE, NOSSA RAZÃO DE SER, RESPEITANDO SUAS ESCOLHAS.**

**NÃO HÁ  
DISCRIMINAÇÃO**  
**O critério de  
cálculo do prêmio é  
o mesmo para  
todos os clientes**

**MUITO OBRIGADA!**



**FenaPrevi**

Federação Nacional de  
Previdência Privada e Vida