

OPINIÃO

População idosa deve ter acesso a seguro de vida?

Francisco de Assis Fernandes (*)

A população de pessoas com mais de 60 anos no Brasil foi inferior a 10% durante todo o século XX. Na última década, porém, esse perfil passou por rápidas transformações

De acordo com o último levantamento do IBGE, entre 2005 e 2015, a proporção de pessoas com mais de 60 anos de idade cresceu em velocidade superior à da média mundial, saindo de 9,8% para 14,3%. Isso significa que dos 207 milhões de brasileiros, mais de 26 milhões estão acima dos 60 anos. A previsão é de que em 2027 essa fatia chegue a 37 milhões de pessoas. Os idosos ou a população da terceira idade sempre permaneceu esquecida pela maior parte dos setores da economia.

Avaliava-se, talvez, que eles já não teriam mais desejos ou necessidades específicas a serem atendidas. Ou que os mesmos produtos, serviços e atendimentos prestados à população adulta em geral deveria ser direcionada a eles. Porém, conforme aponta levantamento realizado pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas, a realidade é justamente contrária. A pesquisa mostra que 34% dos idosos brasileiros sentem falta de produtos específicos para atender suas necessidades.

Nos últimos anos, estamos assistindo a uma movimentação – que poderia ser em volume um pouco maior – de empresas que passaram a se dedicar a esse público crescente. Isso é realmente importante. Os produtos mudaram, a tecnologia avançou absurdamente, a velocidade de informações é outra, assim como o vestuário, modo e estilo de vida, acesso às informações, viagens, condições de compra. Tudo mudou e muda diariamente.

As pessoas continuam querendo ser bem atendidas em suas necessidades, olho no olho quando a compra é presencial, com agilidade e informações coerentes. Os detalhes fazem toda a diferen-

ça, não importa a faixa etária. São os detalhes diferentes que contam: usabilidade, custos, aplicação, características.

Por isso, sim, a população idosa deve ter acesso e poder contratar um Seguro de Vida adequado à sua realidade assim como pessoas de qualquer outra idade podem e fazem. Por que não contemplar nesses seguros serviços de acompanhantes, cuidadores, auxiliares de enfermagem, nutricionistas, fisioterapeutas, serviços odontológicos; acompanhamento a laboratórios e médicos, orientação para caminhadas, personal trainer especializado nesta geração?

Por que não disponibilizar um seguro desenvolvido especialmente para esse público e que garanta alguns benefícios importantes para o dia a dia da família, como assistência residencial, com serviços de chaveiro, eletricista, encanador, entre outros, além de dicas de nutrição e orientação para a realização de atividades físicas para os segurados? Que ofereça desconto em medicamentos e, especialmente, indenização em caso de morte do titular, seja por acidente ou causas naturais?

Claro, muitos pensarão que um seguro para essa fatia da população representa um grande risco para uma seguradora. Porém, com o crescimento dessa parcela da nossa sociedade – não só no Brasil, mas em todo o mundo – com o aumento da expectativa de vida e, principalmente, com todo o avanço médico e da tecnologia, é possível oferecer um bom seguro a essas pessoas, de modo que resguardem suas necessidades e de suas famílias e possa, além de tudo, dar alguma segurança a esses cidadãos.

Que bom que já há empresas no mercado atentas a isso! Que outras empresas em muitos outros segmentos também possam abrir os olhos para as necessidades e vontades desses consumidores também.

(*) - É diretor comercial da American Life, seguradora reconhecida por oferecer seguros a nichos específicos com mais de 25 anos de mercado (www.alseg.com.br).

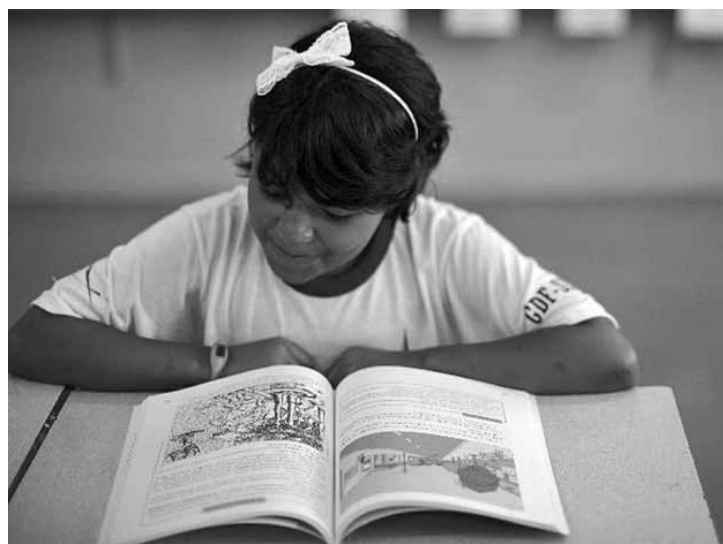
Para professor belga, ensino domiciliar acolhe desejos de estudantes

O acadêmico belga Jan De Groof, um dos principais estudiosos do ensino domiciliar, argumenta que essa modalidade educacional tem valor porque “faz as perguntas corretas”

Em palestra realizada em Brasília no último sábado (13), ele disse que a sociedade deve levar em conta não só os sistemas que são oferecidos pelas escolas e pelo governo, mas também as vias alternativas escolhidas por pais que os contestam. Entre as preocupações de De Groof, estão os discursos ideológicos que podem ser difundidos a partir do ambiente escolar tradicional.

Em sua fala, o professor catedrático, que foi conselheiro da Unesco na área de direito à educação, sublinhou que acredita ser necessária a preservação da autonomia de pensamento, uma vez que a educação pode ser definida como “a transmissão de crenças, valores e cultura”.

Para ele, o papel do Estado no tocante à educação, é claro: “O Estado deve regulamentar [a educação] e estabelecer padrões mínimos.” A Constituição da Bélgica, destacou, considera direito básico dos cidadãos o acesso à educação, mas não



“Direito à educação é o segundo mais essencial, ficando atrás somente do direito à vida”.

torna obrigatória a assiduidade nas escolas.

Ele esclareceu ainda que o ‘homeschooling’, como é também chamada a educação domiciliar, dá ênfase ao acolhimento dos desejos dos estudantes, abrindo a possibilidade, inclusive, de escuta daqueles que se desanimam com a ida à escola por sofrer bullying.

Na avaliação do professor, os setores da sociedade são corresponsáveis pela educação. Ele também defende que o direito à educação é o segundo mais essencial, ficando atrás somente do direito à vida.

“Há uma corresponsabilidade entre os pais, a família, a escola, o educador, a sociedade e o Estado. Precisamos nos man-

ter céticos quanto à influência do Estado sobre a mente da criança”, afirmou. A rede de colégios do país europeu é majoritariamente formada por instituições não governamentais. Ao todo, calcula ele, 75% delas têm essa característica, sendo muitas delas católicas, judaicas e protestantes. O perfil se aproxima com o que existe na Holanda, segundo o estudioso.

No ano passado o STF decidiu não reconhecer essa modalidade de ensino, por entender que não há no país uma lei que autorize a medida. Manifestaram-se contrárias ao homeschooling a Advocacia-Geral da União (AGU) e a Procuradoria-Geral da República. A demanda por regulamentação do ensino domiciliar foi levada ao governo pela Associação Nacional de Educação Domiciliar (Aned). O último levantamento da associação, de 2018, mostra que 7,5 mil famílias educam os filhos em casa – número que representa mais que o dobro das 3,2 mil famílias identificadas em 2016 (ABR).

Chuva elevou em 310% número de mortes em São Paulo

O número de óbitos em consequência das chuvas no estado de São Paulo subiu 310% e chegou a 41, entre 1º de dezembro de 2018 a 5 de abril de 2019, época em que há maior número de precipitações que atingem o estado. No mesmo período, de 2017 a 2018, o total de óbitos causados pelas chuvas foi de 10. Os dados são da Defesa Civil do Estado de São Paulo e levam em conta a Operação Verão, realizada todo ano.

Do total de óbitos do último período chuvoso, 7 foram causados por raios; 17 por enchente ou inundação; 10, deslizamento; 4, desabamento; e 3, outros. Além da alta no número de mortes, houve um aumento relevante na quantidade de pessoas feridas, que saltou de 6 para 73; de desabrigadas, de 1.415 para 2.030; e de desalojadas, de 2.217 para 6.323.

Apenas a forte chuva que atingiu a região da Grande



O período de dezembro de 2018 a março deste ano foi o mais chuvoso desde a época das chuvas de 2010/2011.

São Paulo desde a noite do dia 11 de março até o dia seguinte deixou 13 mortos. Uma criança de 9 anos morreu soterrada no Parque São Rafael, na zona leste paulistana. Houve um afogamento na avenida do Estado, que margeia o Rio Tamanduaí, que transbordou, somando

duas mortes na capital.

Segundo o governo do estado, o período de dezembro de 2018 a março deste ano foi o mais chuvoso desde a época das chuvas de 2010/2011. Foram 1.059,8 milímetros acumulados no período. “Isso influenciou diretamente nas ocorrências. A

Defesa Civil Estadual acompanhou 335 ocorrências em 149 municípios e encaminhou mais de 2.029 alertas meteorológicos por meio do sistema que avisa a população por meio de mensagens de celular”, disse, em nota, a assessoria do governador João Doria (ABR).



News @ TI

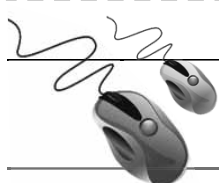
ricardosouza@netjen.com.br

Nexa lança 3ª edição de programa global em conjunto com startups

A mineradora Nexa Resources (ex-Votorantim Metais) abriu inscrições para a terceira etapa do Mining Lab Challenge, programa que apoia empreendedores dispostos a desenvolver projetos de inovação tecnológica para o setor de mineração e metalurgia. Diferentemente das outras duas edições, desta vez, o Mining Lab Challenge será contínuo e terá suas inscrições abertas ao longo de todo o ano. As inscrições podem ser feitas por meio do site <http://www.mininglab.com.br/>. Com base no modelo venture client, as startups vencedoras recebem investimento financeiro para o desenvolvimento dos projetos, assessoria contínua de profissionais durante um ano, qualificação em gestão financeira, jurídica e marketing, além de acesso às instalações e às informações técnicas das unidades da Nexa.

Startups apresentam inovação e tecnologia na Agrishow 2019

Há 25 anos, a Agrishow – Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação é o principal palco de tendências para o agronegócio brasileiro. Nesta edição, o evento inova mais uma vez ao reunir sete startups direcionadas ao segmento para mostrar tecnologias de última geração que irão contribuir para a conectividade e para a produtividade no campo. A Arena de Inovação apresentará soluções inovadoras e importantes para o agronegócio. Confira o que as startups levarão para a feira: a Agrobrazil mostra uma plataforma inédita que filtra, capta, analisa e organiza informações do mercado de compra e venda do boi gordo diariamente em tempo real, tais como: negócios realizados; preço e escala frigorífica; dados do mercado futuro e informações atuais sobre o mercado. Por meio do aplicativo, o empresário e o pecuarista podem planejar estrategicamente o melhor momento de comprar ou vender, garantindo maior rentabilidade. A captação de negócios realizados é feita de duas formas: por clientes que enviam seus negócios de forma sigilosa e segura através do APP ou do captador (www.agrishow.com.br).



Ciência e Tecnologia

ricardosouza@netjen.com.br

Como fazer para que sua marca seja a primeira lembrança do cliente?

A Páscoa é uma festa de cunho religioso que, por conta da natural mercantilização, acaba afetando a vida de todas as pessoas

Mário Rodrigues (*)

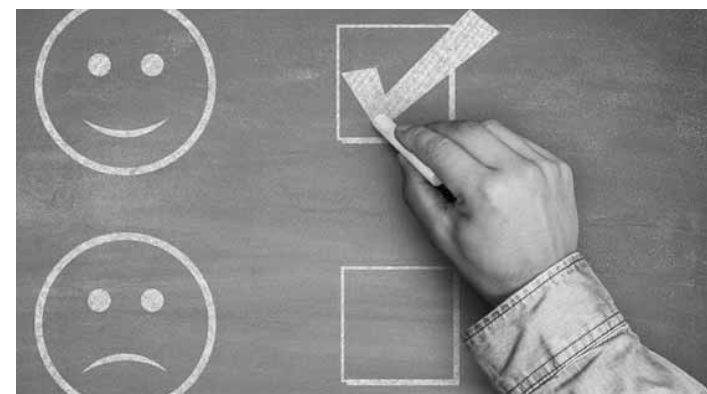
Com a aproximação da data, o comércio fica repleto de promoções e itens. E, no meio de tanta oferta, como fazer para que o consumidor se lembre da sua marca? Algumas empresas investem milhões em publicidade para se tornarem top of mind, ou seja, a primeira marca a ser lembrada pelo cliente, mas será que é essa a única opção?

Para ingressar nessa onda, as empresas precisam fazer uma conexão positiva com o evento em questão, independente do público que se pretende atingir. Uma loja, por exemplo, pode fazer uma promoção de ovos de páscoa, mas é preciso tomar cuidado e se posicionar de acordo com o perfil de cada cliente. Para aqueles que gostam dos famosos ovos de chocolate, é possível apresentar outros itens da loja que complementem a compra como cestas de bombons variados, colombar

paçais, coelhinhos de pelúcia, entre outros. Já para aqueles que não comemoram ou não gostam da data, o vendedor poderá seguir por outro caminho, mostrando produtos ou ofertando serviços fora do contexto da celebração.

É importante lembrar que datas festivas podem e devem ser usadas como gancho ou gatilho para fazer com que o consumidor se lembre da marca. É possível conectar sua empresa com eventos específicos que mexam com a rotina das pessoas para agregar ainda mais valor.

Uma dica interessante para todo pequeno ou médio empreendedor, é aproveitar a



ocasião de forma positiva, passando o recado de maneira certa de acordo com o público que se quer atingir, oferecer o melhor ao cliente para que assim ele possa ter uma experiência única e consumir os produtos, além de festejar com a sua marca.

(*) É diretor do Instituto Brasileiro de Vendas (IBVendas) - www.ibvendas.com.br.

Editorias

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); **Ciência/Tecnologia:** Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); **Livros:** Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br); **TV:** Tony Auad (central-noticia@bol.com.br).

Colaboradores: Cícero Augusto, Eduardo Shinyashiki, Geraldo Nunes,

Webmaster/TI: Ricardo Baboo; **Editoração Eletrônica:** Ricardo Souza e Eduardo Oliveira. **Impressão:** LTJ Gráfica Ltda. **Serviço informativo:** Agências Estado, Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Vergueiro, 2949 - 12º andar - cjs. 121 e 122 - Vila Mariana - Cep: 04101-300. Tel. 3043-4171 / 3106-4171 - E-mail: (netjen@netjen.com.br) - Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 - JUCESP, Nire: 35218211731 (6/6/2003) - Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.