

Viver mais não basta: por que a longevidade virou uma variável financeira

Especialista alerta que viver mais sem qualidade pode gerar impactos tão relevantes quanto oscilações de mercado

Durante o BTG Summit 2026, a MetLife Brasil, patrocinadora do evento, levou ao palco um dos debates mais provocativos para o público de investidores, não tratou de juros, inflação ou geopolítica — mas do próprio corpo humano. Na plenária da MetLife Brasil, conduzida pela convidada pela companhia, médica infectologista Luana Araújo, a longevidade foi apresentada sob uma ótica pouco usual: como um sistema de gestão de risco e, portanto, um tema diretamente ligado ao planejamento patrimonial.

O tema debatido no painel foi idealizado e levado pela MetLife ao evento, a partir de sua visão estratégica sobre proteção financeira ao longo da vida. A partir desse direcionamento, a Dra. Luana Araújo adaptou o conteúdo ao contexto do BTG Summit, conectando saúde, longevidade e tomada de decisão do investidor, além de traduzir o debate para a lógica do mercado segurador, ampliando a compreensão da saúde como um ativo que também exige planejamento, antecipação e mitigação de riscos.

A principal provocação partiu de um conceito central: a diferença entre viver mais e melhor. De acordo com dados do Estudo de Carga Global de Doenças (GBD) 2019 e análises relacionadas da Organização Mundial da Saúde, a expectativa de vida global aumentou de forma significativa entre 2000 e 2019, mas o avanço na expectativa de vida saudável (HALE – Healthy Life Expectancy) não acompanhou o mesmo ritmo, resultando em uma média global de 9,6 anos vividos com limitações e doenças crônicas.

Segundo a especialista, o mundo vive hoje um paradoxo silencioso. A expectativa de vida aumentou, mas os anos vividos com saúde não acompanharam esse avanço na mesma velocidade. “A longevidade deixou de ser apenas uma conquista médica e passou a ser também um desafio de planejamento. Viver mais é uma realidade, mas viver bem depende de decisões consistentes ao longo do tempo, e isso exige que a saúde seja tratada com a mesma lógica de gestão de risco que já aplicamos às finanças”, afirmou Luana Araújo.

O P&L da vida

Ao traduzir a saúde para uma lógica familiar ao investidor, Luana propôs uma analogia direta: a vida possui seu próprio P&L (lucro e perda).

- De um lado, o lifespan — o número total de anos vividos.
- De outro, o healthspan — o tempo vivido com plena funcionalidade.

O desafio moderno não é apenas estender o primeiro, mas comprimir o período de morbidade no final da vida. Na prática, isso significa reduzir o tempo em que a autonomia diminui e os custos (pessoais, familiares e financeiros) aumentam.

A discussão ganha relevância quando se observa que eventos de saúde raramente são súbitos. Assim como crises financeiras, eles tendem a ser o resultado de riscos acumulados ao longo do tempo.

“Infartos, por exemplo, não são eventos isolados, mas o desfecho de exposições prolongadas a fatores como pressão arterial elevada ou colesterol alto. Pequenas reduções nesses indicadores, quando feitas precocemente, podem diminuir significativamente a probabilidade de eventos graves. A lógica é conhecida no mercado: gestão contínua de risco evita perdas catastróficas”, destaca a especialista.

O conceito de “juros compostos biológicos”

Talvez o paralelo mais direto com o universo financeiro tenha surgido na ideia de que a saúde opera sob a mesma lógica dos juros compostos. Práticas consistentes, como exercício, sono adequado e alimentação equilibrada, funcionam como aportes diários que produzem efeitos exponenciais ao longo do tempo.

Contudo, o oposto também é verdadeiro. Estresse crônico, privação de sono e condições como obesidade e diabetes não apenas elevam riscos isolados, mas aceleram processos inflamatórios e degenerativos que impactam diretamente a expectativa e a qualidade de vida.

O efeito cumulativo pode reduzir anos de vida saudável, e antecipar o momento em que custos médicos, dependência e perda de produtividade entram em cena.

Prevenção como um seguro contratado

A palestra também abordou o papel de estratégias preventivas, como rastreamento de câncer e vacinação, não apenas como medidas de saúde pública, mas como instrumentos de mitigação de risco individual. Do ponto de vista econômico, o raciocínio é semelhante ao de um seguro: ter segurança financeira reduz a probabilidade de perdas futuras elevadas.

“Quando falamos em vacinação, rastreamento ou hábitos que reduzem riscos ao longo da vida, estamos falando da mesma lógica que orienta o planejamento financeiro, antecipar cenários e reduzir impactos futuros. Ter uma estrutura de proteção adequada não evita imprevistos, mas diminui sua severidade e preserva a capacidade de seguir em frente com autonomia”, comenta Joyce Barbosa, diretora comercial da MetLife Brasil.

No Brasil, onde despesas com saúde representam uma fatia relevante do PIB e choques médicos ainda podem gerar custos catastróficos para famílias, a discussão sobre longevidade ganha uma dimensão adicional. Em outras palavras, a longevidade não é apenas uma questão médica, mas um tema de planejamento.

A conclusão do painel reforçou uma visão ampliada de gestão de patrimônio, que inclui, além de ativos financeiros, o próprio ativo biológico. Ao levar essa discussão ao centro do BTG Summit, a MetLife reforça seu papel como agente ativo na ampliação do debate sobre proteção, indo além do seguro como resposta a eventos pontuais e posicionando a longevidade como um risco estrutural que exige visão de longo prazo, educação e soluções

integradas. No fim, viver mais pode ser inevitável, mas viver bem tende a ser resultado de decisões consistentes, assim como nos investimentos.

Sobre a MetLife

A MetLife, Inc. (NYSE: MET), por meio de suas subsidiárias e afiliadas ("MetLife"), é uma das principais empresas de serviços financeiros do mundo, oferecendo seguros, anuidades, benefícios para funcionários e gestão de ativos para ajudar seus clientes individuais e corporativos a navegar por um mundo em constante transformação. Fundada em 1868, a MetLife opera em mais de 40 mercados em todo o mundo e ocupa posições de liderança nos Estados Unidos, Japão, América Latina, Ásia, Europa e Oriente Médio. Para obter mais informações, acesse www.metlife.com.br