

Cresce potencial de seguros para população de baixa renda

(NÃO ASSINADO)

Para evitar a vulnerabilidade da população de baixa renda às turbulências econômicas e problemas sociais, pesquisa da Fundação Getulio Vargas (FGV), divulgada nesta quarta-feira (9), sugere a ampliação da oferta de seguros para os pobres, por meio, inclusive, dos cadastros em programas do governo.

"O seguro ainda é um serviço de luxo. Isso é uma distorção porque o pobre não só enfrenta mais riscos, como sofre mais com esses riscos", afirmou o coordenador do levantamento, Marcelo Neri. Quem precisa mais está desprotegido. "Se essa pessoa fica doente, acaba não só sofrendo com a doença, como levando a família para pobreza, com os custos do tratamento", exemplificou.

De acordo com a pesquisa da FGV, cerca de 16% da população têm algum tipo de seguro. A maioria é de seguro saúde (12,9%), seguido de seguro de vida (4,3%) e proteção para automóvel (2,9%). A menor parcela investe em previdência privada (0,45%).

Entre as classes econômicas, a faixa A e B (renda acima de R\$ 4,8 mil) responde por 46% da demanda. Reunindo 85% da população, as classes C (até R\$ 4,8 mil), D (R\$ 1,1 mil) e E (R\$ 800), contribuem com 15,6%, 4,1% e 1,4% do total de seguros no país, respectivamente. Em todas as classes, a maior preocupação é com a saúde.

Só pela incorporação de 27 milhões de pessoas nas classes A, B e C [nos últimos cinco anos] mais o crescimento populacional, o potencial de crescimento do setor de microsseguros pode ter um crescimento de 27%. Com inovação financeira, esse crescimento pode chegar a 40%. Então, 40% é o mercado de seguros no Brasil, destaca o economista.

Defendendo a melhoria na vida dessa população, Neri compara o desafio da expansão dos seguros às classes C, D e E ao início da implantação do microcrédito, na década de 1990. Segundo ele, para alcançar essa fatia da população, o setor precisa de boas estratégias de propaganda e marcos institucionais claros, como o desconto direto no salário, o chamado crédito consignado.