

Corrida pelos microsseguros

(Juliana Schincariol)

Seguradoras se armam para disputar um mercado que pode atender 100 milhões de brasileiros e render R\$ 3 bilhões por ano. Clique e ouça um resumo da reportagem Localizada a 620 quilômetros da capital paulista e com 2.252 habitantes, Dolcinópolis é a típica cidade pacata do interior, sem a poluição, o trânsito, o estresse e a violência das grandes metrópoles. Apesar de estar longe das capitais, o município tem sido olhado com lupa pelos executivos da Bradesco Seguros.



O fato é simples: 37 moradores da cidade contrataram seguros de vida pagando prêmios de R\$ 3,50 mensais. Dependendo dos resultados, essa experiência da Bradesco e outras da concorrência serão ampliadas para atender um mercado potencial de 100 milhões de novos clientes, que poderão gerar um faturamento de R\$ 3 bilhões por ano. A pacata Dolcinópolis é um dos locais de teste dos microsseguros da Bradesco. Chamado de “Primeira Proteção”, o produto é destinado aos clientes de baixa renda. Custa pouco, paga um prêmio de R\$ 20 mil em caso de morte acidental e oferece o atrativo popular de sortear, mensalmente, o valor do prêmio. Contando com os 37 clientes de Dolcinópolis, a Bradesco já vendeu 200 mil apólices em seis meses. É pouco perto dos 30 milhões de clientes da seguradora, mas o que se olha é o futuro. “Esperamos que esse seguro seja a principal ferramenta de conquista de novos clientes que nunca haviam comprado seguros antes”, diz Eugênio Velasques, diretor do Grupo Bradesco de Seguros e Previdência. Não confunda os microsseguros com os seguros massificados, que chegaram ao mercado há mais de dez anos. Os massificados são vendidos para grandes lotes de clientes, normalmente em parceria com empresas de outros setores. Os microsseguros oferecem o atrativo da inclusão social e de permitir que mesmo clientes de baixa renda consigam se proteger de tragédias. Eles também preveem custo baixo de administração e pagamento rápido das indenizações. E, claro, transformar uma multidão que nunca comprou seguros em clientes rentáveis para as seguradoras. “Com base em uma mensalidade de R\$ 3, esse produto pode ampliar em R\$ 3 bilhões o faturamento anual do setor”, diz Paulo Kudler, gerente da corretora Marsh Affinity.

PERSPECTIVAS NADA MICROSCÓPICAS		
Porte do mercado	Sem o microsseguro	Com o microsseguro
Segurados *	40 milhões	140 milhões
Participação no PIB **	3%	7%

*Fontes: seguradoras e corretoras * até 2020 ** até 2014*

A Fundação Getúlio Vargas (FGV) estima que os 100 milhões de clientes em potencial para os microsseguros poderão ser alcançados nos próximos dez anos, sendo 40 milhões até 2016. O setor hoje movimenta R\$ 109 bilhões em prêmios por ano, e, pelas contas do mercado, representa 3,1% do Produto Interno Bruto. A expectativa é de que essa fatia chegue a 5% em 2012 e a 7% em 2014, alimentada pelos microsseguros e pelas apólices de grandes obras. Todo esse otimismo, no entanto, ainda depende de mudanças legais. Os seguros no Brasil são uma atividade sem lei. “O setor trabalha com base em algumas determinações do Código Civil”, diz o advogado Ernesto Tzirulnik, presidente do Instituto Brasileiro de Direito de Seguro (IBDS). Como boa parte dessas determinações data de 1916, as empresas precisam de uma

regulamentação mais moderna. As seguradoras querem normas específicas para os microsseguros, que diminuam a burocracia e os custos, permitindo pagar menos para os corretores e ficar livres de formalidades como notificar os segurados pelo correio. “Se não pudermos mandar informações pela internet ou pelo celular não vamos conseguir cortar os custos e, sem isso, o microsseguro não decola”, diz o executivo do Bradesco. “Só assim o setor se desenvolveu na Índia e na África do Sul.”