

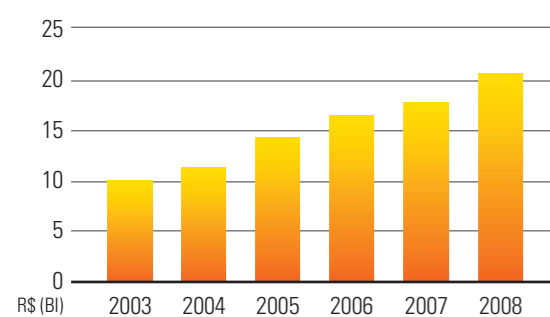
## Perfil do mercado de SEGUROS DE AUTOMÓVEL e dicas para o corretor

É sabido que brasileiro ama carro. Esse é o bem que ele primeiro pensa em proteger, antes mesmo de sua residência ou de sua vida. No setor, quando pensamos em proteger um automóvel, logo consideramos proteger as vidas que estão envolvidas com um carro que, por sua vez, está exposto a toda sorte de acidentes e danos. Os seguros de veículos no Brasil abrangem os seguintes produtos: o seguro automóvel, o Responsabilidade Civil Facultativa, o Acidentes Pessoais para passageiros de veículos e o seguro obrigatório DPVAT.

A Comissão Automóvel do Sincor-SP fez um amplo estudo sobre o segmento e traçou um perfil econômico com o objetivo de auxiliar o trabalho do corretor. De acordo com o levantamento, a área de auto compõe o principal ramo do mercado brasileiro de seguros, sendo também o mais tradicional na carteira dos corretores. Em 2008, alcançou a receita de R\$ 20 bilhões (considerando também o seguro obrigatório DPVAT). Em relação ao ano de 2003, a variação chegou a quase 100%.

### Receita

#### FATURAMENTO - SEGURO AUTOMÓVEL



### Produtos

A cobertura básica do Seguro de Automóvel (usualmente contra colisão, roubo, furto e incêndio) compreende a maior receita deste segmento, representando 59% do faturamento. Já o Seguro de Responsabilidade Civil Facultativa, que oferece proteção contra danos materiais e pessoais, representa 15% do faturamento do ramo. O Seguro de Acidentes Pessoais para passageiros de veículos participa com 1% do faturamento do ramo. Por fim, o Seguro DPVAT, conhecido também como seguro obrigatório, cobre qualquer vítima no trânsito e, em 2008, ele representou 24% do faturamento do ramo, com quase R\$ 5 bilhões de receita.

### Seguro de automóvel

Na prática, aproximadamente 20 seguradoras brasileiras atuam de forma mais intensa no mercado de seguro de automóvel. Essa variedade de companhias torna o setor competitivo e oferece

#### TIPOS DE PRODUTOS E RECEITA (Dados de 2008)

RAMOS	Receita (R\$ Bi)	Comp. %
Automóvel	11,9	59%
DPVAT	4,8	24%
Resp. Civil Facultativa	3,1	15%
Acidentes Pessoais de Passageiros	0,3	1%
Demais	0,1	0%
<b>Total</b>	<b>20,2</b>	<b>100,0%</b>

boas opções para o corretor de seguros.

A taxa de resseguro dos prêmios é baixa. Em geral, com algumas exceções específicas, as seguradoras assumem quase todo o risco. Historicamente, a taxa média de sinistralidade tem ficado em torno de 65% a 70%.

#### PRINCIPAIS SEGURADORAS (Dados de 2008)

GRUPOS	Receita (R\$ Mi)	Part. %
1 Porto Seguro	3.105	20,2%
2 SulAmerica	2.347	15,3%
3 Bradesco	2.066	13,5%
4 Itaú-Unibanco	1.519	9,9%
5 Mapfre	1.232	8,0%
6 Liberty	1.050	6,8%
7 HDI	859	5,6%
8 Allianz	731	4,8%
9 Tokio Marine	715	4,7%
10 Marítima	433	2,8%
11 Zurich	203	1,3%
12 Chubb	202	1,3%
13 Alfa	202	1,3%
14 Nobre	127	0,8%
15 Confiança	122	0,8%
16 Generali	92	0,6%
17 Yasuda	90	0,6%
18 Mitsui	81	0,5%
19 Banestes	48	0,3%
20 RSA	37	0,2%
Demais	86	0,6%
<b>Total Parcial</b>	<b>15.348</b>	<b>100,0%</b>
DPVAT	4.782	
<b>Total Final</b>	<b>20.129</b>	

### 10 DICAS IMPORTANTES

A Comissão Automóvel do Sindicato é composta pelos corretores de seguros Maria Aparecida Bianchi e Gouveia (coordenadora), Antonio Carlos de Souza Dias, Carlos Alberto da Silva e Sheila Maria Dias Murian. A equipe, que trabalhou o estudo juntamente com o consultor e economista Francisco Galiza, relacionou 10 dicas importantes:

**1)** O corretor deve obter a assinatura do segurado em proposta e perfil em todos os casos, mesmos em endossos (aditamentos), ainda que esteja utilizando e-mail ou fax. Com isso atende à Susep e ao Código de Defesa do Consumidor.

**2)** Quando houver instalação de rastreador prevista na proposta, o corretor deverá fazer contato com o segurado dez dias após a contratação para confirmar se a seguradora instalou de fato o aparelho.

**3)** Em casos de indenização integral, o profissional deve protocolar na seguradora os documentos que constam nas condições contratuais da apólice, mesmo antes da solicitação da companhia, dando assim início à contagem do prazo para o reembolso, evitando futuros aborrecimentos.

**4)** Atenção às seguradoras que consideram o CEP da residência do segurado para taxaço do risco (e não o CEP de pernoite do veículo).

**5)** Observar as mudanças e as sutilezas das perguntas do perfil. Recentemente, uma seguradora mudou a pergunta "Existem filhos ou enteados entre 18-25 anos que poderão dirigir o veículo segurado?" para "Quer cobertura para qualquer condutor entre 18-25 anos?".

**6)** Algumas seguradoras negam a indenização se o segurado estiver com a CNH vencida. Mesmo que estes consigam renová-la após a data do sinistro.

**7)** Atenção para as seguradoras que não indenizam se o documento do veículo não estiver em nome do segurado. Ou se o veículo for financiado através de leasing, e esta informação não for assinalada na proposta de seguro.

**8)** O corretor de seguros deve conhecer as Condições Gerais e Condições de Comercialização de todas as seguradoras com que trabalha, tomando cuidado especial com as exclusões.

**9)** O corretor de seguros deve conhecer as principais circulares da Susep que regulamentam e normatizam o seguro de automóvel: Circulares 251/04 e 326/06: Aceitação da Proposta e Início de Vigência; Circulares 256/04 (inclusive anexo), 270/04, 278/04 e 369/08: Condições Contratuais e Circular 269/04: Operações de Contratos de Seguros.

**10)** Formalizar reclamação ao Disque Sincor em qualquer situação que coloque o segurado ou o corretor em situação de prejuízo.

## Propagandas feitas por corretores de seguros

As propagandas utilizadas pelos corretores de seguros com objetivo de chamar a atenção dos consumidores também têm chamado a atenção em nosso Sindicato em virtude da forma de abordagem, que visa conquistar a simpatia do cliente desconhecendo qualquer padrão ético.

Atrair o interesse dos clientes, prometendo a eles negócios com supervantagens, coberturas de qualquer preço, garantia de franquias, concessão de bônus e exposição da própria remuneração (comissão de corretagem), desvaloriza a figura do profissional corretor de seguros, manipula a opinião do cliente e desarmoniza a classe.

Propagandas ou mensagens eletrônicas podem ser criadas sim, mas observando e respeitando todos os lados do negócio, seja do consumidor, com a transparência das informações e dos parâmetros que resultaram naquele valor de prêmio, seja da seguradora, com atenção aos critérios de aceitação e enquadramento dos riscos.

Observamos que nossos colegas de profissão enfrentam diariamente concorrências predatórias e, na maioria das vezes, desleais, vindas principalmente dos grandes pontos comerciais os quais tentamos combater.

Na medida em que tomamos conhecimento dessas ações atuamos nas recomendações para que aquela empresa entenda o quanto está desarmonizando e prejudicando o seu parceiro de profissão, sem contar na responsabilidade perante as informações e atendimento ao segurado.

Não faça parte do grupo de quem só tem a intenção de vender seguro. Seja um profissional acima de todas as expectativas! Respeite o seu cliente, preocupe-se com a qualidade dos serviços prestados e mantenha o equilíbrio das relações com seus colegas de profissão.

Todas essas orientações estão consolidadas nas boas práticas constantes do Código de Ética Profissional dos Corretores de Seguros, o qual vem sendo divulgado por este Sindicato e Fenacor. O objetivo é projetar nossos corretores aos mais altos níveis de qualidade de serviços e credibilidade nas intermediações dos contratos de seguros.

Lembramos que o Código de Ética dos Corretores de Seguros continua à disposição para adesão, que pode ser feita no site [www.sincorsp.org.br](http://www.sincorsp.org.br), clicando na opção "Código de Ética - Adesão".

Conselho de Ética do Sincor-SP

Para contatar o Conselho de Ética:  
Tels.: (11) 3188-5023 e 0800-11-4999 / Fax: (11) 3107-0149 /  
Email: [etica@sincorsp.org.br](mailto:etica@sincorsp.org.br)