

## **Um retrato do ramo automóvel no Brasil**

Francisco Galiza (e-mail: galiza@seguros.com.br)  
Mestre em Economia (FGV)

O ramo automóvel foi o principal ramo do mercado segurador brasileiro em 1995, sendo então oportuno discutir alguns dos seus aspectos mais relevantes.

### **Principal ramo do mercado, mas até quando?**

Na década de 70, o ramo automóvel era o segundo ramo em importância no mercado segurador brasileiro. Entretanto, pouco a pouco, sua participação foi crescendo até atingir o nível de 36% em 1995. Em sentido inverso, o ramo incêndio sofreu uma queda acentuada de participação, causada em parte pela própria sofisticação dos produtos de seguros pois, agora, o seguro somente de incêndio é cada vez menos usado pelos consumidores. Como outra notícia relevante, registramos que, nos últimos dois anos, os ramos ligados ao setor vida tiveram um crescimento espetacular. Neste período, esta participação aumentou em mais de 50% (de 20% para 32%), onde incluímos também, neste grupo, o seguro saúde.

Embora ainda mantendo a primeira posição (faturando R\$ 4,5 bilhões em 1995), uma pergunta pode ficar no ar. Com o crescimento registrado nos seguros de vida - enfim, o Brasil seguindo agora uma tendência mundial já que, em comparação com outras economias, esta participação sempre foi surpreendentemente insignificante -, será que esta primeira posição do ramo automóvel poderá se manter nos próximos anos?

### **COMPOSIÇÃO DOS RAMOS**

Anos	%		
	1973	1993	1995
Automóveis	19	35	36
Incêndio	26	10	4
Demais	37	35	28
<b>Ramos Elementares</b>	<b>82</b>	<b>80</b>	<b>68</b>
Vida	18	10	17
Saúde	0	10	15
<b>Ramos Vida</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>32</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### **Ainda um ramo dinâmico**

Mesmo com o aumento da importância relativa de outros ramos, o mercado de seguros de automóveis ainda é bem dinâmico, e este fato pode ser facilmente comprovado pelo lançamento de vários produtos. No mês de março, no momento de preparação deste artigo, tivemos a curiosidade de separar, das notícias de um ou dois jornais lidos, aquelas relacionadas a lançamentos de

seguros de automóvel. Apenas nesta amostra, encontramos três novos lançamentos, citados a seguir:

- . Seguradora Banerj lança seguro com restituição para automóveis
- . Seguradora Sabemi, em parceria com a Bamerindus Seguros, lança o seguro Top Car
- . Cigna Seguradora lança o seguro CitiCash Auto - especificamente para os clientes do banco Citibank

Provavelmente, em virtude do número de fontes utilizadas, devem ter havido outros lançamentos. De qualquer maneira, esta pequena amostra já permite revelar o dinamismo discutido.

### **Os riscos atuais: altas despesas e guerra de preços**

As carteiras de automóveis (e, num sentido mais amplo, das próprias seguradoras) convivem com dois grandes desafios.

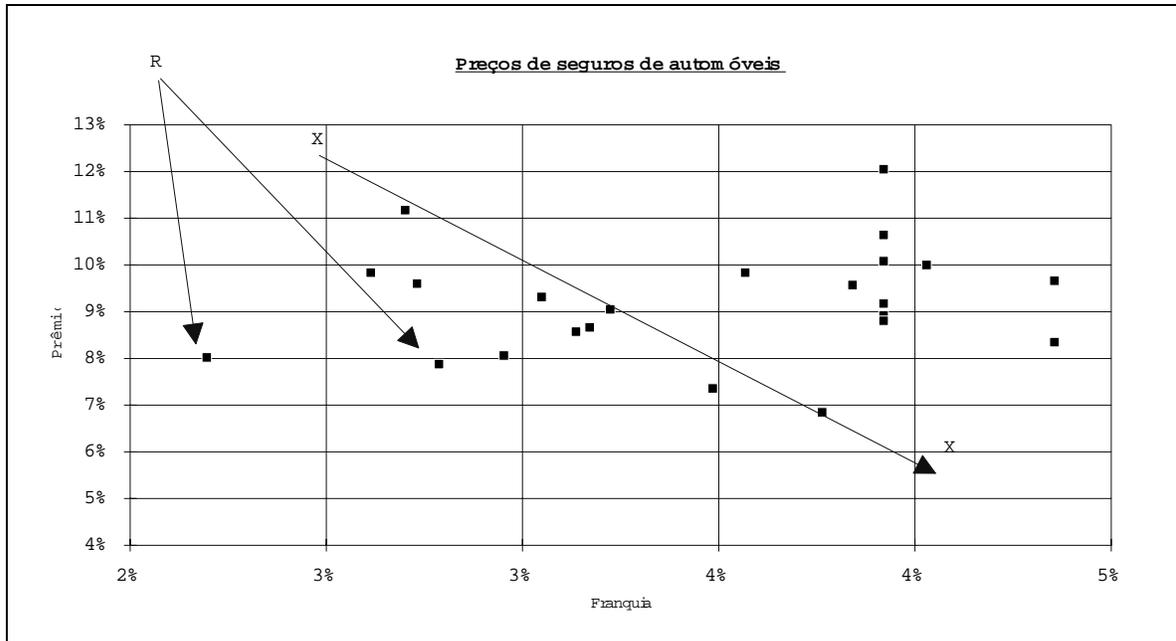
*Primeiro*, o alto nível de despesas - principalmente administrativas e comerciais - destas empresas. Para citar apenas um número, as seguradoras americanas usam - no total e em média - 80% dos prêmios para pagar sinistros, enquanto que, no Brasil, este número tem sido em torno de 55%. Obviamente, esta diferença não significa que as margens de lucro das empresas nacionais são maiores mas sim que, de fato, estes 25% adicionais são usados para cobrir o maior nível das despesas comentadas.

O *segundo* risco enfrentado é derivado da guerra de preços existente atualmente neste ramo. Como ilustração deste fato, apresentamos gráfico a seguir, construído a partir de informações obtidas no jornal Estado de São Paulo no mês de março. Nele, estão representados os preços de 23 seguradoras (todas relevantes no mercado segurador), para um seguro de um automóvel GM Corsa, localizado numa mesma praça. Nas abscissas, temos a franquia, nas ordenadas, o prêmio, onde estes valores são dados percentualmente em função do preço do carro. Neste caso, cada ponto do gráfico representa um preço de seguro existente na economia.

Pela lógica atuarial e, em condições normais e simplificadas - consideramos que nenhuma empresa deste grupo de seguradoras seria excepcionalmente melhor que a outra em termos de equacionamento de custos, de gerenciamento das aplicações financeiras, de uma melhor carteira de clientes, de um melhor atendimento, etc -, deveríamos encontrar uma relação mais ou menos inversa entre as duas variáveis apresentadas. Ou seja, os pontos se espalhariam aproximadamente ao longo da seta XX. Entretanto, o que se observa na prática é uma distribuição completamente aleatória dos preços de seguros o que, em nosso modo de ver, só se explica pelo fato de algumas empresas estarem praticando neste ramo políticas de preços completamente diferentes. Por um lado, algumas empresas trabalhariam com um maior nível de prudência (pontos acima da seta XX), enquanto que outras, por estarem com preços tão defasados do resto do mercado, só podem estar trabalhando no nível

oposto. Isto é, preços baixos e arriscados, com o objetivo de conseguir maiores fatias de mercado. Por exemplo, observar no gráfico os pontos assinalados com a letra R (letra R de risco), que teriam estas características.

Acredito que não seja necessário dizer para o leitor que a junção destes dois riscos assinalados (política de preços arriscada e alto nível de despesas) é uma mistura extremamente perigosa quando pretendemos avaliar a solvência de uma empresa seguradora. Principalmente de um ramo tão importante, como é o de automóveis.



Fonte: Estado de São Paulo, Março/96  
Bem segurado: Carro GM Corsa Wind 1.0/95

### **E o futuro, o que esperar?**

Os desafios enfrentados pela carteira de automóveis, na busca de novos clientes e melhores resultados, se dá tanto a nível de demanda como a nível de oferta. A nível de demanda, o maior desafio é aumentar o percentual da carteira segurada (segundo algumas estimativas, este valor seria de 20% do total da frota). Caso o crescimento da renda continue - e também a própria distribuição da mesma -, podemos ser otimistas e acreditar que este patamar deve aumentar. Já a nível de oferta, o maior desafio é o barateamento de custos que, no longo prazo, só poderá ser obtido através de investimento em produtividade (ou seja, em tecnologia, em maiores treinamentos, etc) e de ganhos de escala nas vendas. Entretanto, precisamos ressaltar mais uma vez os cuidados com os possíveis barateamentos de preços exagerados, que podem colocar naturalmente em risco o próprio equilíbrio do mercado segurador.