

Por Antonio Penteado Mendonça

Com a evolução do mercado, as seguradoras passaram a desenvolver uma série de benefícios e vantagens para conseguir conquistar e manter o segurado.

Faz alguns dias, eu vi uma matéria na qual o jornalista afirmava que o jovem pode pagar até 129% mais pelo seguro do seu automóvel. Muito embora na última linha não faça diferença se ele paga a mais ou o outro paga menos, o fato é que não é bem assim. Não é o jovem quem paga mais – é o bom risco para a seguradora quem paga menos.

Durante muito tempo o bom segurado de automóvel custeou o seguro do mau segurado. Isso acontecia porque a seguradora chegava ao sinistro médio e cobrava igualmente de todos o preço necessário para fazer frente à sua sinistralidade.

Enquanto o seguro de incêndio fazia uma clara distinção em favor do bom risco, dando descontos para uma série de providências que o segurado tomava para minimizar a chance de um sinistro, o seguro de veículo jogava todos no mesmo caldeirão, fazendo com que o bom segurado fosse penalizado, tendo que pagar a mesma coisa que o segurado com alta taxa de acidentes. A única vantagem do bom segurado era o bônus incidente na apólice.

Com a evolução do mercado, especialmente nos últimos 20 anos, as seguradoras passaram a concorrer umas com as outras de forma mais profissionalizada, o que levou ao desenvolvimento de uma série de benefícios e vantagens para conseguir conquistar e manter o segurado.

As primeiras ações envolveram a introdução dos serviços 24 horas. No início, as seguradoras ofereciam apenas guincho em caso de acidente. Depois passaram a oferecer guincho todas as vezes que o veículo necessitasse ser rebocado. E passaram a oferecer mecânico para providenciar reparos rápidos, como troca de bateria. Atualmente, os serviços oferecidos com o seguro de veículos não têm limites. Algumas seguradoras oferecem até serviços para os animais de estimação dos segurados.

Com a consolidação dos serviços 24 horas, as seguradoras precisaram criar novos diferenciais para atrair os clientes. Foi assim que desenvolveram uma precificação baseada na região em que o veículo era utilizado, concedendo descontos para quem circulava em áreas com menos roubos e frutos.

Daí ao aparecimento do seguro contratado com base no “perfil do segurado” foi um pulo. Em pouco tempo as seguradoras tinham uma “check list” que, dependendo das respostas, poderia resultar em descontos bastante significativos para o segurado.

Ainda que os itens avaliados não sejam obrigatoriamente os mesmos, praticamente todas as seguradoras levam em conta, no seguro com base no “perfil do segurado”, fundamentalmente os seguintes pontos: modelo do veículo, CEP do segurado, uso do veículo (particular, carga, serviço, etc.), idade do motorista principal, sexo, garagem ou estacionamento, outras medidas de proteção.

A razão destas informações não é para a seguradora negar a indenização em caso de sinistro, mas precificar da forma justa o seguro que ela aceita.

Por que o jovem paga mais caro do que a pessoa mais idosa? Porque a seguradora sabe estatisticamente que a maioria dos acidentes acontece com jovens na direção.

Como a seguradora tem a frequência e o valor médio das indenizações, ela sabe qual é o preço básico para o seguro. É com base nisto que ela não dá descontos para os jovens, deixando-os com

o preço cheio, em função da sinistralidade da carteira.

Quando se fala que o jovem pode pagar até 129% mais pelo seguro, há uma inversão na lógica do negócio. Não é ele quem paga mais, é o segurado que consegue preencher o questionário do perfil com a maior pontuação a seu favor.

Assim, o seguro de automóvel mais barato, em princípio, é o seguro de uma mulher na faixa dos 40 anos de idade, que tem um veículo para uso particular, cujo modelo tem baixa incidência de roubo e baixo custo de reparo, que mora numa região com poucos roubos e furtos, que tem garagem em casa e no trabalho e que usa o carro basicamente para ir de casa para o trabalho e voltar para casa.

Comparando com o preço deste seguro, sem dúvida nenhuma o jovem irá pagar mais caro, mas, de verdade, é ela quem está pagando mais barato.

‘As seguradoras precisaram criar novos diferenciais para atrair clientes. O seguro com base no perfil é um deles’

Fonte: O Estado de São Paulo, em 23.02.2015.