

Por Antonio Penteado Mendonça



No começo do ano, o setor de seguros estava pronto para lançar um produto que, pela sua importância, tinha tudo para ser o grande diferencial de 2016. O produto foi lançado e, até agora, começo de julho, não aconteceu nada, ou melhor, as seguradoras não comercializaram uma única apólice porque o produto simplesmente não girou.

O seguro auto popular foi pensado e desenvolvido para atender um público hoje à margem do mercado porque o seguro convencional de veículos tem um custo/ benefício que não compensa para os proprietários de carros com mais de cinco anos.

Sua proposta é justamente atender esse público, que tem interesse em segurar o bem, mas não o faz porque o seguro é caro.

A grande diferença entre o seguro auto popular e o seguro convencional de veículos é que, enquanto o segundo exige a utilização de peças originais nos reparos, o primeiro, pelo menos em teoria, abre as portas para o uso de peças usadas certificadas ou peças genéricas, ou seja, peças do mercado paralelo, sem a marca do fabricante.

Atualmente, o total de veículos segurados no país mal e mal atinge 25% da frota. Isto é consequência das características do seguro de automóveis convencional, desenhado para atender os veículos mais novos, pertencentes aos cidadãos das classes A e B.

O potencial teórico do seguro auto popular seriam os 75% restantes. Ou seja, a imensa maioria da frota de veículos brasileira. Evidentemente, na prática, isso não será jamais atingido, seja porque muitos proprietários não têm, nem terão interesse ou condições econômicas para contratar o seguro, seja porque milhares de veículos, em função de seu estado, não seriam aceitos pelas seguradoras.

Mas projeções feitas por especialistas apontam um potencial de 20 milhões de veículos que poderiam ser segurados pelo seguro auto popular.

Num ano de crise aguda, com a venda de veículos novos despencando e com a perspectiva da retomada das vendas comprometida pela situação nacional, o seguro auto popular, além de atender uma importante demanda da sociedade, surgia, nos primeiros meses de 2016, como a alternativa que o setor de seguros esperava para minimizar os estragos da crise.

Acontece que, depois que foi lançado, o seguro auto popular não deslanchou. Uma série de dúvidas e questionamentos, além de leituras incompletas da realidade nacional, especialmente do que ocorre no setor de reparações de veículos, vieram comprometer a sua venda, que foi considerada inviável por todas as seguradoras interessadas.

Daí para frente, o assunto foi - e ainda tem sido - tema de discussões entre todos os envolvidos. Questões como se é verdade que há uma leitura distorcida ou não do público alvo e do funcionamento do seguro auto popular, ou quais as peças que podem ser utilizadas nos reparos cobertos por ele, ou quais as diferenças de cenário entre as várias regiões do país estão sendo analisadas e discutidas por autoridades, seguradores, corretores de seguros e a cadeia automotiva, na expectativa de acertar a sintonia fina para que o produto atenda às necessidades dos segurados, com o máximo de segurança, sem, todavia, comprometer o resultado do produto, em função de disposições que possam encarecê-lo, sem acrescentar qualquer vantagem que as justifique.

De acordo com as últimas informações, estamos na boca de chegar a um consenso que permita que o seguro auto popular finalmente entre no mercado. Ao que parece, as principais arestas já foram aparadas e apenas alguns detalhes mais simples ainda necessitam da concordância de todos os envolvidos.

Quanto mais rápido isso acontecer, melhor. Segurados, seguradores, corretores de seguros, fabricantes, reparadores de peças e oficinas automotivas, todos ganharão com ele. E isso num momento em que o país vê poucas chances de boas notícias no curto prazo.

Fonte: [SindSegSP](#), em 08.07.2016.