



Por Antonio Penteado Mendonça

Depois de praticamente um ano derrapando, o seguro auto popular chega ao mercado para ocupar um espaço importante que, atualmente, não é alcançado pelas seguradoras. Grande parte do universo de veículos com mais de cinco anos de idade não é segurada. A razão para isso é a relação custo/benefício dos seguros tradicionais. Como, no caso dos carros mais antigos, eles custam caro em relação à proteção oferecida, o proprietário prefere não contratar seguro, ainda que sabendo dos riscos embutidos numa decisão desta natureza.

O seguro tradicional de automóveis é um produto pensado para atender a classe média brasileira, contemplando basicamente os veículos zero quilômetros e os veículos mais novos. O que o faz ser um seguro relativamente caro é a obrigação dos reparos serem feitos com peças originais, aquelas gravadas com a marca do fabricante do carro, não sendo permitida a utilização de qualquer outra peça, ainda que fabricada pelo mesmo fornecedor da peça original.

Essa reserva de mercado funcionou bem durante os anos em que os carros eram financiados em até 24 meses, a frota era vendida para as pessoas com maior poder aquisitivo e o setor de seguros focava o mesmo público.

Com o desenvolvimento socioeconômico nacional este quadro foi mudando e, atualmente, no máximo 25% da frota de veículos têm algum tipo de seguro, muito porque não existia nenhum produto pensado para ocupar esse espaço.

O seguro auto popular deveria ter chegado ao mercado no começo do ano. Como a SUSEP (Superintendência de Seguros Privados) impôs regras fora da realidade, as seguradoras preferiram não lançar as apólices e retomar as conversas com a autarquia reguladora, visando alcançar um entendimento que permitisse a comercialização deste seguro sem desvirtuar sua finalidade e as linhas mestras do produto.

O grande diferencial do seguro auto popular em relação ao seguro tradicional é a possibilidade da utilização de peças usadas certificadas e de peças fabricadas pelo chamado mercado paralelo, quer dizer, sem a marca da montadora, na reparação dos veículos sinistrados. Esta mudança de foco deve permitir que o seguro tenha um preço 30% mais barato do que seu equivalente tradicional.

O seguro auto popular tem uma série de requisitos necessários para sua contratação e para o sucesso do produto no mercado. O mais importante é se ter claro que não se trata de um seguro para veículos novos. Ao permitir o uso de peças usadas ou não originais no caso de um reparo, o seguro estaria quebrando as condições de garantia do fabricante, o que é fora de propósito quando se pensa que esta garantia, invariavelmente, ultrapassa os três anos de vida do veículo. Não teria sentido o proprietário abrir mão dela em troca de um desconto de 30% no preço do seu seguro.

A redução do preço do seguro auto popular em relação aos seguros tradicionais deve ser de 30%.

Tem quem considere pouco, mas algumas verdades só podem ser validadas pelo que acontece no mundo real. É o mercado quem vai dizer se a redução de 30% é suficiente ou não.

Além disso, é importante o interessado verificar as demais condições do seguro auto popular. Nenhum produto custa muito mais barato só porque as estratégias de marketing dizem que deve ser assim. Preço menor quer dizer menos direitos, mais obrigações ou outras formas de economia que deem suporte para sua redução.

Como as regras aprovadas pela SUSEP permitem certa flexibilidade e as seguradoras podem desenhar apólices com mais ou menos restrições, que terão reflexo na abrangência das coberturas, nos capitais segurados e no preço, é indispensável que o interessado contrate o seguro assessorado por alguém que possa lhe explicar o que ele está comprando.

A ideia do seguro auto popular é boa porque abre espaço para dobrar o número de veículos segurados. Dando certo, ganha o proprietário do carro, que passa a ter um seguro que ele pode pagar; e ganha a seguradora, que aumenta o seu faturamento. Em outras palavras, ganham todos. E isso é muito positivo.

Fonte: O Estado de S. Paulo, em 12.12.2016.