



A Associação Paulista dos Técnicos de Seguros (APTS) realizou um seminário no auditório do Sincor-SP, na manhã de 29 de agosto, para discutir a situação atual e perspectivas do seguro popular de automóvel

Osmar Bertacini, presidente da APTS e diretor do Sincor-SP, comandou os debates, destacando a importância e expectativa tanto dos consumidores como dos corretores de seguros quanto à realidade do produto. “Com a atual situação econômica o cliente quer pagar menos por um seguro, mas não é oferecido a ele o atendimento necessário. O seguro popular ajudará a ampliar o número de segurados em automóvel”.

Luiz Padial, diretor de Automóvel da Tokio Marine, apresentou o produto “Tokio Marine Auto Popular” afirmando ser uma prioridade da seguradora manter produtos e serviços adequados ao bolso do cliente, e destacou as particularidades para o atendimento a este novo contingente. “O cliente de seguro auto popular provavelmente ainda não está na carteira de vocês, corretores de seguros, não é conhecido por vocês. Provavelmente é um novo cliente a ser atingido, mais jovem e que estará em regiões periféricas”.

De acordo com o diretor da Azul Seguros, Felipe Milagres, a empresa tem a ambição de ampliar a base de segurados. “70% das pessoas no Brasil não têm qualquer tipo de seguro. Neste cenário, não só o produto auto popular, mas outros desenvolvidos buscam ampliar esta base”. Ele trouxe pesquisas realizadas pela seguradora que demonstram que a partir do quarto ano de uso do automóvel os clientes deixam de fazer seguro. “O seguro auto popular é uma opção no portfólio do corretor de seguros para poder fechar novos negócios, já que não temos tanto seguro novo. Queremos capturar este cliente, bem como fazer o primeiro seguro do de baixa renda e trazê-lo para o mercado. Nosso produto foi criado com o intuito de segurar pelo menos mais 10% da frota brasileira pelos próximos cinco anos”.

Milagres explicou que o seguro auto popular da companhia é a opção com coberturas mais simplificadas. “Não adianta trazer tanta cobertura, é melhor trazer um produto mais simples, mas acessível”. Também destacou o compromisso da companhia também é com a sustentabilidade. “Nós fomos o primeiro seguro auto popular a utilizar peças de reuso no Brasil, porém as peças de segurança precisam ser novas e originais. Buscamos sempre informar o consumidor do quanto isso é importante”.

O vice-presidente do Sindirepa, José Nogueira dos Santos, falou sobre o alto custo das peças de reposição. “Se formos montar um carro comprando todas as peças separadamente sairia muito

mais caro do que o kit completo vindo da montadora. O custo de peças no Brasil é muito alto, pelos impostos e lucro das empresas. O custo das peças de alguma forma desestabiliza a relação do seguro, pois é complicado encontrar produtos para que o seguro possa cumprir seu papel social". Ele comentou sobre a Lei do Desmonte em vigor no Estado de São Paulo e disse que está em processo de maturação para a redução das fraudes.

O presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, que também esteve representando a Fenacor como vice-presidente na Região Sudeste, disse que o seguro auto popular, com o intuito da redução de preço, foi criado sem que antes fossem tomadas medidas necessárias para sua viabilidade. "Foi como se a mãe escolhesse o nome da criança, sem ainda ter um namorado. Com a Lei do Desmonte, que é estadual, criou-se uma expectativa frustrada de que haveria a redução de roubos de automóvel que refletisse na redução no preço do seguro, mas os bandidos foram roubar em outros estados e nada impede que tragam para cá as peças. Ou seja, ainda não se concretizou como esperado. A Fenacor, em parceria com o Sindseg, irá realizar nova edição do seminário sobre a Lei do Desmonte, que percorreu o Brasil na ocasião da criação da normativa, e vai começar por São Paulo, esperamos que até lá tenhamos uma posição melhor para discutir no encontro".

Fonte: Sincor-SP, em 01.09.2017.