

## tendências

## Descontos para fidelização



A publicação *Property Casualty 360°* divulgou recentemente o artigo “19 most popular car insurance discounts”, cujo objetivo foi levantar os principais tipos de descontos oferecidos pelas seguradoras norte-americanas de automóvel. A lista é bastante interessante. Na liderança ficaram dois tipos de descontos: para quem já compra qualquer outro produto da empresa e para o aluno que tira boas notas na escola.

Esse último caso é bem curioso. A seguradora deve buscar dois objetivos aqui. Primeiro, avalia que o bom aluno deve ser também um bom motorista, cuidadoso e precavido. Logo, a decisão é de caráter puramente atuarial. Segundo, essa medida é um incentivo social, estimulando o esforço dos jovens.

Em seguida, quase todas as companhias (90% delas) dão descontos para quem já tem outro veículo segurado com a mesma empresa, para quem não tem muitas multas e para o segurado que instala sistemas antirroubos ou de segurança extra para si próprio.

Tal como no Brasil, algumas seguradoras americanas oferecem descontos para quem quita o prêmio em uma só parcela ou pelo modo eletrônico. Também há incentivos para quem faz um curso de direção defensiva ou para quem utiliza pouco o veículo (há monitoramento eletrônico da quilometragem). Segurados que usam determinados tipos de freios, lâmpadas especiais (para evitar colisões) ou veículos novos também ganham benefícios.

Aproximadamente metade das seguradoras tem algum tipo de programa de fidelidade – ou seja, ganhos para quem opera há muito tempo com a companhia –, assim como para aquele que avisa com antecedência que vai renovar a apólice. Particularmente, acho esse último caso bem oportuno. Ao saber com antecedência uma receita futura, a seguradora pode estruturar melhor a sua estratégia e, por isso, oferece uma vantagem extra ao consumidor.

Algumas empresas ofertam também desconto para determinadas profissões, como militares. É o caso de aplicar o raciocínio análogo ao do bom estudante: bom risco atuarial e incentivo a uma profissão de muito prestígio naquele país.

De modo geral, não se pode negar que o mercado americano de seguros é bem mais sofisticado que o brasileiro, oferecendo diversas opções e possibilidades para o cliente. Os casos descritos são bons exemplos e podem servir de referência para o mercado nacional.

*Esta coluna é elaborada pelo consultor de economia do Sincor-SP, Francisco Galiza*



## 1º EXAME PARA CERTIFICAÇÃO DE PROFICIÊNCIA EM RESSEGUROS

O Exame para Certificação de Proficiência em Resseguros (CPR I) tem como objetivo promover a melhoria contínua e a qualidade dos profissionais de empresas seguradoras, resseguradoras e corretores de resseguro (*brokers*) que atuam direta ou indiretamente nos mercados segurador e ressegurador.

PROVA  
DIA 6/11  
RIO DE JANEIRO  
SÃO PAULO

Avalie seus  
conhecimentos  
e valorize  
o currículo!



INSCREVA-SE JÁ  
[WWW.FUNENSEG.ORG.BR](http://WWW.FUNENSEG.ORG.BR)



Contatos  
(21) 3380-1042 / 3380-1023 / 3380-1026  
[execucao@funenseg.org.br](mailto:execucao@funenseg.org.br)

Realização



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS

Apoio

