



**UEPB**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA CAMPUS VII  
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS CURSO DE  
ADMINISTRAÇÃO**

**VANINE JOEMILLY SOARES DE OLIVEIRA**

**FATORES PREDETERMINANTES QUE INFLUENCIAM NA AQUISIÇÃO DE  
SEGUROS PRIVADOS PARA AUTOMÓVEIS: SURVEY EM CIDADES DO  
NORDESTE COM ENFOQUE PARA OS ESTADOS DA PARAÍBA E  
PERNAMBUCO.**

**PATOS-PB  
2019**

VANINE JOEMILLY SOARES DE OLIVEIRA

**FATORES PREDETERMINANTES QUE INFLUENCIAM NA AQUISIÇÃO DE  
SEGUROS PRIVADOS PARA AUTOMÓVEIS: SURVEY EM CIDADES DO  
NORDESTE COM ENFOQUE PARA OS ESTADOS DA PARAÍBA E  
PERNAMBUCO.**

Trabalho de Conclusão de Curso a  
Coordenação do curso de  
Administração do campus VII da  
Universidade Estadual da Paraíba,  
como requisito parcial à obtenção  
do título de Bacharel em  
Administração.

**Orientador:** Prof. Msc. Erika Campos Marinho de Góes Pires.

**PATOS-PB  
2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

O48f Oliveira, Vanine Joemilly Soares de.

Fatores predeterminantes que influenciam na aquisição de seguros privados para automóveis [manuscrito] : survey em cidades do nordeste com enfoque para os estados da Paraíba e Pernambuco / Vanine Joemilly Soares de Oliveira. - 2019.

35 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2019.

"Orientação : Profa. Esp. Erika Campos Marinho de Góes Pires , Coordenação do Curso de Administração - CCEA."

1. Seguro de automóvel. 2. Seguro privado. 3. Fatores predeterminantes. I. Título

21. ed. CDD 658.834 2

VANINE JOEMILLY SOARES DE OLIVEIRA

FATORES PREDETERMINANTES QUE INFLUENCIAM NA AQUISIÇÃO DE SEGUROS PRIVADOS PARA AUTOMÓVEIS: SURVEY EM CIDADES DO NORDESTE COM ENFOQUE PARA OS ESTADOS DA PARAÍBA E PERNAMBUCO.

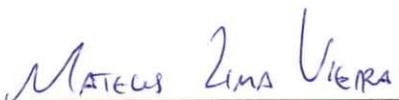
Trabalho de Conclusão de Curso ao Programa de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

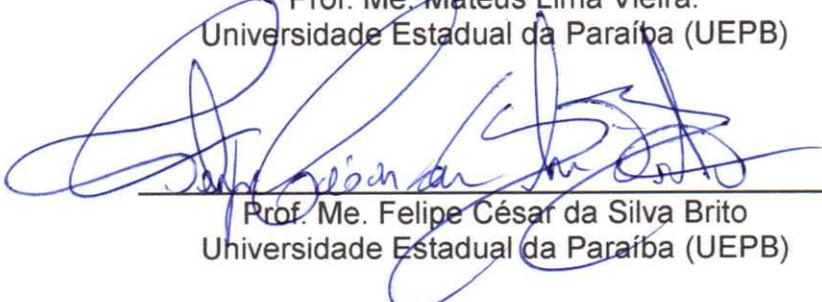
Orientador: Prof. Msc. Erika Campos Marinho de Góes Pires

Aprovada em: 26/11/2019.

**BANCA EXAMINADORA**

  
Prof. Msc. Erika Campos Marinho de Góes Pires (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Me. Mateus Lima Vieira.  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Me. Felipe César da Silva Brito  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	05
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	06
2.1	Apólice.....	06
2.3	Contrato de seguro.....	06
2.3.1	<i>Contrato Bilateral</i> .....	08
2.3.2	<i>Contrato Oneroso</i> .....	08
2.3.4	<i>Contrato cumulativo/Aleatorio</i> .....	08
2.3.2	<i>Contrato consensual</i> .....	09
2.3.1	<i>Contrato nominado</i> .....	09
2.3.2	<i>Contrato de adesão</i> .....	09
2.3.1	<i>Contrato de boa fé</i> .....	09
2.3.2	<i>Contrato Oneroso</i> .....	10
2.4	Elementos do contrato de seguro.....	10
2.4.1	<i>Risco</i> .....	10
2.4.2	<i>Premio</i> .....	11
2.4.3	<i>Segurador</i> .....	11
2.4.4	<i>Segurado</i> .....	12
2.4.5	<i>Indenização</i> .....	12
2.5	Estratégia para atrair clientes.....	12
2.6	Vantagens e desvantagens em se ter um seguro privado.....	13
3	METODOLOGIA .....	14
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES .....	15
5	CONCLUSÃO .....	27
	REFERÊNCIAS .....	28
	APÊNDICE A.....	31

## **FATORES PREDETERMINANTES QUE INFLUENCIAM NA AQUISIÇÃO DE SEGUROS PRIVADOS PARA AUTOMÓVEIS: SURVEY EM CIDADES DO NORDESTE COM ENFOQUE PARA OS ESTADOS DA PARAÍBA E PERNAMBUCO.**

### **PREDETERMINATING FACTORS INFLUENCING PURCHASE OF PRIVATE CAR INSURANCE: SURVEY IN NORTHEAST CITIES WITH FOCUS ON THE PARADISE AND PERNAMBUCO STATES.**

Vanine Joemilly Soares de Oliveira<sup>1</sup>

#### **RESUMO**

O presente estudo busca conhecer os fatores predeterminantes na aquisição de seguro privado focando nos estados de Pernambuco e Paraíba. Para essa análise optou-se por uma pesquisa qualitativa, descritiva e estudo de campo, que tem como objetivo conhecer a partir dos resultados os fatores que influenciam as pessoas a optarem por aquisição de um seguro privado. A análise das respostas mostra que há várias causas como renda, local de residência, risco de sinistro ou roubo e grau de escolaridade influenciam diretamente as pessoas a ter uma visão de prevenção financeira para um possível imprevisto relacionado aos seus bens. Compreende-se que um fator muito influente para cancelamento de apólices ou até mesmo a não aquisição do seguro é o fator financeiro. Conclui-se que as pessoas estão cada vez mais buscando atender as necessidades de segurança, porém sempre analisam o custo benefício de se adquirir um seguro privado dentro das condições financeiras e cobertura de necessidades na hora de um imprevisto.

**Palavras-chave:** Seguro Automóvel, Fatores Predeterminantes, Aquisição, Seguro privado.

#### **ABSTRACT**

The The present study seeks to analyze the predetermining factors in the acquisition of private insurance focusing on the states of Pernambuco and Paraíba. For this analysis, we opted for a qualitative and quantitative research that aims to know from the results the factors that influence people to choose to purchase private insurance. Analysis of the responses shows that various causes such as income, place of residence, risk of loss or theft, and level of education directly influence people to have a vision of financial prevention for a possible contingency related to their property. It is understood that a very influential factor for policy cancellation or even non-insurance is the financial factor. It is concluded that people are increasingly seeking to meet security needs, but always analyze the cost benefit of purchasing private insurance within the financial conditions and coverage of needs at an unexpected time.

**Keywords:** Auto Insurance, Predetermining Factors, Acquisition, Private Insurance.

---

<sup>1</sup> Graduada de Administração, vaninejoemilly@hotmail.com.

## 1 INTRODUÇÃO

A provisão do mercado de seguros contra incertezas está presente na vida das pessoas em várias dimensões como, provisões relacionadas a doenças, desemprego, acidentes, roubo, morte dentre tantas outras e têm demonstrado nos últimos vinte anos um crescimento exponencial no plano nacional e internacional. Observa-se que em países com maior renda per capita, tem-se favorecido a disseminação de transações relacionadas a apólices de seguros (OLIVEIRA, 2005).

Seguro é um contrato pelo qual uma pessoa, o segurador, promete a outra pessoa, o segurado, uma prestação subordinada á realização de um risco determinado, mediante o pagamento de uma soma, o prêmio ou cotização (PLANIOL e RIPERT, 1932).

É notório o aumento da insegurança no dia a dia das pessoas, frequentemente somos noticiados por situações cada vez mais frequentes e que bens pessoais são subtraídos por marginais, restando nestas pessoas um sentimento de desamparo por parte da segurança pública, e a partir desta premissa tem-se notado que o seguro privado é uma forma de estar coberto sobre eventuais situações inesperadas que possam a vir acontecer sendo este um método de contrato entre partes, onde o segurado busca uma maior segurança financeira para possíveis acontecimentos futuros, sendo assim o mesmo se dispõe a pagar por um contrato aleatório o qual está sujeito a uma ocasião inserta de se acontecer.

É necessário conhecer sobre os chamados seguros privados e do chamado seguro social incluindo também os mecanismos de proteção oferecidos pelo estado e pelas redes de relação na sociedade (NERI, 2009).

Em contraposição a FENASEG (2006), divide o mercado de seguro por segmentos, grupos e ramos. Quanto aos segmentos estão os seguros contra danos, pessoas, saúde e capitalização. Já em relação aos grupos dividem-se em automóvel, patrimonial, Seguro de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Vias Terrestres (DPVAT), habitacional, transportes, riscos financeiros, créditos, responsabilidades, cascos (embarcações), rural, riscos especiais, vida, acidentes pessoais, previdência, saúde e outros.

Como estudos tem mostrado, na grande maioria das vezes, que as pessoas não se sentem cobertos pelos programas de seguridade social ou pela iniciativa privada e evidencia quem uma parte considerável da população não possui uma cobertura adequada de seguridade pessoal ou de proteção à saúde.

Em estudo realizado pela Forbes (2004), são considerados como possíveis causas para pessoas e empresas adquirirem seguros privados são considerados como os processos conjugados, a segunda causa fortalece as operações de seguros vinculadas ao manuseio e deslocamento de cargas e a cobertura de riscos incidentes sobre meios de transportes (trens, navios e aviões).

Há uma importante razão em questionar o porquê de empresas e pessoas contratarem seguros. Os autores Jensen e Meckling (1998), consideram que os seres humanos por serem racionais têm por objetivo maximizar o uso de seus recursos e explicam tal fato pela probabilidade da chance de algo ocorrer utilizando o calculo racional (probabilidade de evento adverso multiplicado pelo valor presente da perda contra o valor do prêmio pago), definido assim, o seguro como uma importante forma de preservação de recursos para uma pessoa ou empresa (JENSEN; MECKLING, 1998).

Seguro está na vida das pessoas como forma de proteger o futuro, sendo assim a falta de algo ou alguém poderá ser uma perda muito grande

financeiramente, além da falta pessoal. Quem adquire Seguro de Vida, por exemplo, pensa em proteger seus dependentes em caso de sua falta. Seguindo a ótica do presente artigo levantou-se o seguinte questionamento, Quais os fatores predeterminantes que influenciam as pessoas dos estados de Pernambuco e Paraíba a adquirir seguros privados de automóveis?

O presente trabalho tem como objetivo geral conhecer os fatores predeterminantes na aquisição de seguros privados para automóveis, com enfoque nos estados de Pernambuco e Paraíba. Tendo como objetivos específicos: Identificar as vantagens e desvantagens na aquisição de seguros; Classificar os principais tipos de seguros que possíveis novos compradores poderiam vir a ter interesse; Classificar a média de renda das pessoas que efetuam a compra de seguros privados.

Diante dos dados referidos, faz-se necessário que o conhecimento das diversas formas que levam a pessoas e empresas adquirir contratos de seguros privados, quando levado em consideração os benefícios de se ter um seguro privado nos estados da Paraíba e Pernambuco.

Sob essa ótica, ganha particular pertinência o motivo pelo qual foi escolhido esse tema, pois parte da problemática a cerca do índice crescente de compra de seguros privados que cresce no Brasil e no mundo, é valido realizar estudos que mostrem a importância de seguros privados. Em outras palavras, a precariedade ao conhecimento a cerca dos seguros privados é um fio condutor para que pessoas sejam pegas de surpresa a diversas ocasiões da vida em que não esteja resguardas.

Espera-se que este estudo possa contribuir de forma científica e que possa ocasionar mudanças na perspectiva e visão de pessoas para que estas estejam cobertas por apólices de seguros privados.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

O sistema nacional de seguros privados é composto por diversas instituições, dentre elas o conselho nacional de seguros privados (CNSP), a Superintendência de seguros privados (SUSEP), as Resseguradoras, Corretores habilitados dentre outras. Todas essas instituições fazem parte do mercado de seguros privados, cabendo a cada uma destas desempenhar o seu papel no mercado de seguro, e para que seja desempenhado de forma contudente e legal, diversos documentos são utilizados como apólices e contratos de seguros.

### **2.1 Apólice**

Um dos instrumentos utilizados para a contratação do seguro pelo segurado e que o garante direitos e deveres, bem como para as seguradoras é chamado de apólice.

Segundo Cavalcante (2003), apólice “é o instrumento do contrato de seguro pelo qual o segurado repassa à seguradora a responsabilidade sobre os riscos estabelecidos na mesma que possam advir”.

Segundo Neri (2009) O mercado de microsseguros não é definido pelo valor envolvido nas apólices de seguros comercializadas, mais pelo seu publico potencial.

A apólice se torna o documento oficial que compreende vínculo da seguradora com o segurado, mediante a futuro possível de perda, sendo assim quem se torna responsável pelos custos gerados é a seguradora.

## 2.2 Contrato de seguro

Inicia-se a discursão com a afirmativa dos escritores franceses que advertem para a dificuldade de se estabelecer um conceito unitário do termo **contrato de seguro**, em função da dicotomia seguro de vida e seguro de danos (PLANIOL e RIPERT, 1932).

Para os autores supracitados se houvesse uma definição de contrato de seguro esta seria “é um contrato pelo qual uma pessoa, o segurador, promete a outra pessoa, o segurado, uma proteção subordinada a realização de um risco determinado mediante o pagamento de uma soma, prêmio ou cotização”.

Para Lambert – Faivre e Leveneur (2005), três elementos são essenciais para conceituar o termo contrato de seguro: o risco, o prêmio e o sinistro, além da menção á atividade do segurador, que promove a análise técnica dos riscos.

Miranda (2005) define contrato de seguro como, o contrato com que o outro contraente faz se vincula a segurar, isto é, se o sinistro ocorre entregar ao outro contraente soma determinada ou determinável, que correspondeu ao valor do que foi destruído, ou danificado, ou que se fixou para o caso do eventoprevisto.

Os contratos possuem um substrato econômico que lhes confere a origem, a função e a relevância. Os contratos refletem uma realidade de interesses, de relações, de situações econômico-sócias, relativamente aos quais cumprem de diversas maneiras uma forma instrumental (ROPPO, 2009). Na visão de Roppo (2009), resumem-se a ideia de operação econômica as situações, relações e interesses que constituem a substancia real de qualquer contrato.

Quando comparado com a extensão da operação econômica torna o aspecto jurídico estreito. Corroborando com Garrigues (1983), o seguro como toda instituição jurídica tem um impulso econômico que é o desejo de se prevenir contra quaisquer que possam ser os riscos futuros a nossa pessoa ou nossos bens.

Ao analisar um contrato de seguro não da à ideia de um complexo que envolva relações matemáticas, econômicas e até mesmo jurídicas que são exigidos para que o que seja o motivo do seguro seja contratado e assim possa ser negociado junto ao segurado oferecendo para este o que se espera da operação.

Unidades de um conjunto homogêneo de contratos do mesmo tipo para permitir a organização de uma mutualidade ou o agrupamento de um numeram mínimo de pessoas, submetidas aos mesmos riscos, cuja ocorrência e intensidade são suscetíveis de tratamento autoria, ou previsão estatística, segundo as leis dos grandes números, o que permite a repartição proporcional das perdas globais, resultantes dos sinistros, entre todos os seus componentes (COMPARATO, 1972, p. 102).

A citação a cima refere se a lei dos grandes números ou mais conhecida probabilidade, a qual é utilizada pelas seguradoras dados estatísticos que compreendem a quantidade de ocorrências e possíveis perdas para assim ser taxado o valor do seguro.

Para Franco (2009) adverte que, o seguro é uma operação bastante complexa que pode ser vista sob um tripé de aspectos fundamentais, a natureza econômica do seguro, que se apresenta como base da operação de seguros sendo substanciada na dispersão dos riscos, a natureza jurídica, que vem a ser o contrato

de seguro; o aspecto da operação sendo previdenciário e o solidaríssimo de determinadas modalidades de seguros como o seguro de acidente de trabalho.

## **2.3 Classificação dos contratos de seguros**

A importância da classificação das categorias de contratos permite a aplicação de regras idênticas ou afins a cada uma delas, havendo a necessidade do conhecimento sobre cada uma das categorias.

Os contratos de seguros são deliberativamente divididos em bilaterais, oneroso, consensual de adesão e cumulativo. Porém existem outras formas de contrato que não se encaixam nos contratos de seguros sendo estas, as formais, solenes e não solenes principais e acessórios instantâneos e de duração, de execução imediata e de execução diferida, típicos e atípicos, pessoais *intuitu personae* e impessoais, civis e mercantis, individuais e coletivos, casuais e abstratos e cumulativos (GOMES, 2007).

### **2.3.1 Contrato bilateral**

São o contrato de seguro que gera obrigações para ambas as partes: para o segurador, a responsabilidade de prestar e garantir que o interesse legítimo do segurado e pagar a indenização ou o capital segurado no caso de ocorrer sinistro. Por outro lado gera a obrigação do segurado, que é pagar o prêmio estabelecido pelo segurador para a garantia prestada. Além destas ao segurado é posto a obrigação de prestar informações claras, corretas e completas ao segurador, preservar o risco durante a execução do contrato, comunicar ao segurador os riscos que possam agravar o risco coberto, comunicar a ocorrência do sinistro (Brasil, 2002).

Do lado do segurador, é obrigação constituir reservas e provisões, de eventualmente contratar um co-seguro ou resseguro, de pagar ao segurado as despesas de salvamento e promover a regulação do sinistro (Brasil, 2002).

Os contratos aleatórios são bilaterais, sendo que aos dois lados do contrato tem obrigações a serem cumpridas na medida em que ambos garantem seus direitos mediante as cláusulas contratuais.

### **2.3.2 Oneroso**

O termo oneroso é um termo utilizado no meio jurídico para classificar contratos, em que as duas partes envolvidas têm reciprocidade de obrigações e vantagens econômicas.

Uma das formas de se garantir que Pereira (2003) afirma que, o contrato de seguro é definido como oneroso à medida que se compete ao segurado pagar o prêmio por garantia prestada pelo segurador uma vez que o segurador por sua vez tem o direito de receber o prêmio, mas não tem a obrigação de devolvê-lo em caso que não haja sinistro.

Assim sendo ligada a obrigação do segurado em pagar o prêmio implica a contraprestação do segurador em prestar o serviço oferecido.

### **2.3.3 Comutativo/Aleatório**

Existem alguns contratos a onde é possível que ambas as partes como o contratado e contratante podem antever as vantagens e desvantagens sendo denominados de contratos comutativo ou aleatórios.

Bivilacqua (2000), define o contrato comutativo como contratos onerosos, quando houver equivalência, aproximada ou exata entre ambas as partes contratantes.

Gomes (2007) diz que, nos contratos comutativos a relação entre as vantagens o sacrifício é subjetivo a equivalência, havendo certeza quando as prestações e incerteza sobre as vantagens serão proporcionais ao sacrifício.

Os autores apontam equivalências e subjetividade em relação as vantagens e desvantagens garantido apenas a prestação da certeza objetiva das prestações no ato da conclusão do negocio.

Os contratos aleatórios ou comutativos são necessariamente bilaterais e onerosos. No contrato aleatório há a incerteza ou certeza que uma das partes cumpra o seu papel, ambas dependem uma da outra para que a forma processual ocorra de forma coerente e quando uma das partes não cumpre sua parte, há um desequilíbrio na prestação do contrato. Este risco não ocorre no comutativo, pois há um equilíbrio nas prestações desde o momento da celebração do contrato (GOMES, 2007).

De acordo com o artigo 458, do código civil de 2002, é aleatório o contrato que diz respeito a coisas ou fatos futuros, cujos riscos de não virem a existir um dos contratantes assumirá sem que tal fato afete o direito de a outra parte receber integralmente o que lhe foi prometido, desde que sua parte não tenha havido dolo ou culpa, ainda que nada avençado a existir (NERI, 2009).

#### **2.3.4 Contrato consensual**

Miranda (2008), define os que Contratos consensuais são aqueles que se tornam perfeitos pelo simples consentimento das partes. Consideram-se formados pela simples proposta e aceitação, por exemplo: compra e venda, locação, mandato, comissão, etc.

Sendo assim pode-se compreender que o contrato consensual é uma das formas mais simples, sendo ela usada no dia a dia em uma simples contrato com benefícios para ambas as partes.

#### **2.3.5 Contrato nominado**

Miranda (2008) diz que, são aqueles tipificados na lei, que tem uma denominação específica em direito e regulamentação própria, por exemplo: compra e venda, troca, doação.

O Contrato Nominado também conhecido como contratos típicos por estarem prescritos em lei, ou seja, esta especificado da forma como deve ser realizado.

#### **2.3.6 Contrato de adesão**

Miranda (2008) afirma que, são aqueles em que um dos contratantes é obrigado a tratar nas condições que lhe são oferecidas e impostas pela outra parte, sem direito de discutir ou modificar cláusulas

Nesses tipos de contratos obriga as partes a lhes fazer o que esta acordado dentro das clausulas, sem objeções, é o caso de contrato de seguros ou bancários.

### 2.3.7 Contrato de boa fé

O princípio de boa fé utilizado no meio jurídico é o norteador das relações jurídicas que se prima pela ética, honestidade e lealdade entre os contratantes. A observância de tal princípio deve se dar desde a origem do contrato, passando pela sua execução e, por fim, se estendendo após o término como limitação de direitos.

Silva (2007) alerta que existe uma multiplicidade para os significados de boa-fé no campo do direito. Corroborando com Silva (2007), Costa(2000) define uma linha tenue entre boa-fé subjetiva e boa fé objetiva. Para Costa (2000) a boa-fé subjetiva caracteriza-se como um estado de consciência, ou convencimento individual obrar em conformidade com o direito sendo aplicada aos campos dos direitos principalmente na questão possessória.

Em contraposição a boa-fé objetiva esta relacionada a um modelo de conduta social em qual o individuo deve pautar-se com honestidade, lealdade além de probidade (SILVA, 2007).

Portanto, nesse tipo de contrato é a essência do acordo entre ambas as partes, devendo estes agir com solidariedade um com o outro, de modo que o contrato seja executado com equilíbrio para as partes.

## 2.4 Elementos do contrato de seguro

Alguns elementos essenciais do contrato de seguro: o binômio segurador/segurado, o risco, o prêmio e a indenização. Estes são traços que sempre estarão presentes nesta espécie de contrato.

### 2.4.1 Risco

A qualificação do contrato de seguro como um contrato tipicamente aleatório corre em estreita vinculação com o risco. É importante destacar que neste ponto o risco precede o contrato de seguro, sendo o contrato um método ou técnica de se lidar com os riscos fazendo com que o risco possa ser mensurado e ser um elemento essencial para a contratação da apólice, exigindo a compreensão do risco para que possa se destacar o contrato entre si (ANTÔNIO, 2000).

O risco permeia toda a existência humana seja no advindo, ou seja, no que tange a questão das empresas. Segundo a teoria de Stiegler (2009), embora o risco esteja relacionado com a incerteza, em sua teoria elas se separam por permitir que sejam constantemente estudadas de uma visão estatística. Assim o risco esta na base dos seguros.

“Risco, acontecimento possível, futuro e incerto, ou de data incerta, que não depende somente da vontade das partes”. Destaca ainda, o risco que interessa ao contrato de seguro seja aquela que nele esteja contemplado, uma vez que os contratos fixam limites e modalidades de risco coberto pelo segurador. Para o autor ele define três elementos essenciais à possibilidade de um evento danoso, acontecimento possível, futuro e incerto (Brasil, 2002).

- Acontecimento possível: o risco como uma consequência logica refere-se a um evento que por ventura venha a acontecer e que possa ser verificado concretamente. Alvin (2002) completo ainda que haja a existência de duas impossibilidades, a absoluta e a relativa, sendo a absoluta relacionada à natureza das coisas ou impedimento legal e a relativa decorre das circunstancias no contrato.

- Acontecimento futuro: o código civil de 1916 estabelecia expressamente em sua definição do contrato de seguro que a proteção era conferida para riscos futuros. O risco além de ser um fato possível de ocorrer tem que ser em um futuro.
- Acontecimento incerto: a essência do risco é sua incerteza. O segurador pode com base em suas análises prever a intensidade de cada um dos riscos futuros porém não pode prever nem assegurar com qual dos riscos o segurado se verificará.

Pode-se entender então que o risco é um evento que contido nas probabilidades é uma evento possível, futuro e incerto cuja verificação implica no interesse do segurado.

## 2.4.2 Prêmio

Uma das obrigações do segurado é de pagamento do prêmio sendo esta uma obrigação fundamental e elemento essencial do seguro. Importância paga pelo Segurado ou estipulante/proponente à Seguradora para que esta assuma o risco a que o Segurado está exposto (SUSEP, 2016).

Franco (2009) aponta três princípios que norteiam o prêmio no contrato de seguro: a indivisibilidade, a permanência da cifra e a proporcionalidade ao risco.

- Indivisibilidade: significa que o prêmio deve ser pago no começo de cada período do seguro e não pode ser quando o risco começou a ocorrer.
- Permanência da cifra: corresponde a necessidade de que a cifra do prêmio deve permanecer constante durante o tempo coberto pelo contrato.
- Proporcionalidade ao risco: determina que o cálculo do prêmio tome em consideração sua proporção em relação ao risco a ser coberto em duração e intensidade.

O prêmio não está condicionado ao pagamento do sinistro e ao recebimento da indenização. É uma obrigação do segurado para a garantia recebida e não da indenização recebida. Portanto não poderá o segurado reclamar caso o sinistro seja efetuado antes do tempo de garantia de duração do contrato.

O prêmio é composto por duas parcelas, à primeira delas é o prêmio puro que corresponde às somas que o segurador deve exigir de cada tomador de seguro para fazer frente aos riscos garantidos que é chamado de custo de cobertura de riscos. O prêmio puro é a parte do prêmio que se destina a cobertura dos sinistros e vale destacar que o prêmio pode ser pago em parcelas desde que não haja violação do princípio de indivisibilidade por conta deste aspecto (FRANCO, 2009).

Porém, o código civil de 2002 estabelece que não tenha direito a indenização o segurado que estiver em mora no pagamento do prêmio, se ocorrer o sinistro antes de sua purgação (BRASIL, 2002).

Portanto, O valor que o segurado paga à seguradora pelo seguro para transferir a ela o risco previsto nas Condições Contratuais é chamado de prêmio.

## 2.4.3 Segurador

O segurador é aquele que sob a forma de sociedade anônima (empresa), sendo a pessoa que assume o risco do pagamento da indenização, em caso de ocorrência do possível sinistro, ou seja é aquele que suporta os prejuízos sofridos pelo segurado, quando o risco se concretiza (ALVIN, 2002).

#### **2.4.4 Segurado**

Das partes envolvidas nos seguros, o seguro é aquele que é o titular do risco. O segurado é o titular do risco transferido à seguradora; “é a pessoa física ou jurídica que, tendo interesse segurável, contrata o seguro em seu benefício pessoal ou de terceiros”. Amílcar Santos preferiu defini-lo como “a pessoa em relação a qual o segurador assume a responsabilidade de determinados riscos” (SUSEP, 2019).

#### **2.4.5 Indenização**

Valor que a sociedade seguradora deve pagar ao segurado ou beneficiário em caso de sinistro coberto pelo contrato de seguro. (Circular SUSEP 268/04).

### **2.5 Estratégia para atrair clientes**

Atualmente um dos pontos mais discutidos no tocante a atrair novos clientes para os comércios fala-se como um principal meio estratégico o marketing especialmente com os avanços tecnológicos e globalização. O mesmo é utilizado com um processo usado para determinar quais os produtos os serviços detêm maior interesse para consumidores utilizando assim esses conhecimentos como estratégia de vendas e no desenvolvimento do negocio.

As faculdades competem por alunos; os museus procuram atrair visitantes; as organizações de artes cênicas querem conquistar mais público; as igrejas buscam fiéis, e todos buscam patrocínio. Os indivíduos também realizam atividades de marketing: políticos buscam votos; médicos procuram pacientes, e artistas aspiram ao estrelato. Comum nesse caso é o desejo de uma pessoa atrair a reação ou recurso de outra pessoa: atenção, interesse, desejo, aquisição, boa divulgação boca-a-boca. Contudo, para obter essas respostas, a pessoa deve oferecer algo que a outra perceba como tendo valor, para que a outra parte ofereça voluntariamente a resposta, ou o recurso, em troca (KOTLER, 2009, p. 11).

As teorias de marketing antigas remetem apenas para uma busca da comercialização de bens e serviços como foi citado por Kotler (2009) no texto anteriormente, e que existia uma competição apenas para o comercio lucrativo.

Segundo Cobra (2005) os serviços caracterizados por atender a necessidade especificam de cada comprador, tem crescido e ganhado pertinente importância a cada dia sendo estes o responsável pelo crescimento econômicos de diversos setores, dentre eles o de seguros privados. As empresas tem buscado uma visão atual para adequar a concepção dos atributos e benefícios de forma a obter melhor desempenho ao serviço prestado e atender aos anseios, necessidade e especificidades dos consumidores.

Atualmente as empresas amparadas pelo conhecimento em marketing estão adotando muitos outros pontos além daqueles que visam apenas o lucro, como estratégia as empresas buscam entender as reais necessidades de cada individuo e suas especificidades não apenas para atrair novos clientes, mas para também fideliza lós.

Outro ponto abordado por Cobra (2005) é que, para serem competitivos os serviços devem agregar valores. É necessário que os clientes percebam que o serviço tem valor. O cliente pode ser influenciado de diversas formas sendo dentre elas o atendimento diferenciado umas das chaves para a conquista dos mesmos,

bem como a oferta de benefícios, posicionamento que a empresa ocupa na mente do cliente e eficácia na capacidade da empresa em vender os produtos.

Nota-se que alguns pontos são importantes no marketing para a aquisição de novos clientes e fidelização, trazendo o pensamento de Cobra (2005), para o contexto do ramo de seguros privados, há pontos que as seguradoras podem adotar como estratégia como a oferta de benefícios claros, eficácia na resolubilidade de situações problema que fazem com que a empresa adquira um posicionamento na mente dos clientes e que isso é perpetuado para novos possíveis clientes quando um cliente satisfeito repassa seus pontos de vistas para terceiros que possam vir a ser clientes.

Todas essas mudanças ocorridas com o passar do tempo baseadas no marketing provocaram o aumento da competitividade e melhoraram a prestação dos serviços, além de aquisição de uma nova clientela que passaram a adquirir seguros seja de vida, automotivo ou saúde o que acarretou a necessidade de segmentação do mercado e a possibilidade de fidelização dos clientes.

## **2.6 Vantagens e desvantagens em se adquirir um seguro privado**

Antes de tudo é necessário considerar os aspectos fáticos, partindo da constatação da existência de situações que possam causar prejuízo a um indivíduo ou a sua empresa. Partindo desse pressuposto podem-se analisar os possíveis fatores que venham a influenciar ou não a aquisição de novos seguros por parte das pessoas que ainda não o possuem (TARTUCE, 2017).

A ideia dos seguros parte do princípio de que a vida é repleta de situações inesperadas de que os indivíduos não estão preparados para enfrenta-los e que possam vir a afetar estes indivíduos contra sua saúde ou seus bens financeiros então a ideia do seguro toma em consideração a diminuição a consequência dessas situações inesperadas (BRASIL, 2002).

Diversos fatores que por ventura que venham a acontecer podem afetar o indivíduo diretamente e podem afetar a terceiros como, por exemplo, a morte prematura de um indivíduo que não possui um seguro, esta pode vir a deixar dependentes menores de idade que por ventura não tenham outros meios de manterem-se falando do ponto de vista financeiro, sendo indivíduo o causador mesmo que de forma não intencional vir a causar grandes necessidades aqueles que dependem do mesmo (GAGLIANO, PAMPLONA, 2017).

Então este seria um dos motivos que motivam a aquisição de seguros privados, e vem daí a necessidade de se encontrar formas de prevenção das consequências negativas de situações inesperadas.

Tendo as bases técnicas já referenciadas, restam saber o porquê as pessoas e empresas contratam esta proteção. É difícil constatar mesmo que utilizando cálculos de probabilidade o motivo da contratação de seguros apenas de um ponto de vista de cálculo racional diante das reais chances que um evento possa ocorrer mesmo diante dos custos de proteção conferidas pelo seguro.

Jensen e Meckling (1998), defendem que as reais causas que influenciam a aquisição de um seguro sejam explicadas por um cálculo racional para verificar a validade da contratação que passa por, probabilidade de chance de um evento ocorrer multiplicado pelo valor presente da perda contra o valor do prêmio pago em determinado período de tempo.

Para Stiegler (2009), os custos das transações de seguros são à base da contratação destes. Portanto a aparente irracionalidade no gasto de recursos de

uma pessoa ou empresa em comparação ao benefício econômico esperado, e a existência de custos de transação ao celebrar um contrato de seguro são fatores que influenciam a aquisição.

Além dos custos de transação, a literatura econômica cita outro fator para a contratação: a natural aversão do ser humano aos riscos, o seguro vem a ser uma técnica de consolidação de riscos para se lidar com as incertezas.

### **3 METODOLOGIA**

Optou-se por um estudo qualitativo, descritivo e survey, que objetiva conhecer os fatores que influenciam na aquisição de seguros automóveis.

A pesquisa descritiva objetiva conhecer e interpretar a realidade sem nela interferir para modificá-la (CHURCHILL, 1987).

Segundo Aragão (2011) O estudo descritivo costuma ser utilizado como fonte de pesquisa de incidência, para os quais podem ser tabulados dados regionais sobre determinado grupo da população de uma região, cujos resultados permitiram a elaboração de estatísticas, que poderão apresentar uma infinidade de dados.

Segundo Silva (2001) pesquisa qualitativa é o tipo de pesquisa apropriada para quem busca o entendimento de fenômenos complexos específicos, em profundidade, de natureza social e cultural, mediante descrições, interpretações e comparações, considerando os seus aspectos numéricos em termos de regras matemáticas e estatísticas. Diferente da quantitativa, a pesquisa qualitativa é mais participativa, porém menos controlável e, por esta razão, tem sido questionada quanto a sua validade e confiabilidade.

A pesquisa *survey segundo OPUS (2019)*, é um tipo de investigação quantitativa. Ela pode ser definida como uma forma de coletar dados e informações a partir de características e opiniões de grupos de indivíduos. O resultado encontrado, desde que o grupo seja representativo da população, pode ser extrapolado para todo o universo em estudo.

O estudo foi realizado com enfoque nos estados da Paraíba e Pernambuco, utilizando um questionário elaborado (APENDICE) e enviado por diversos meios de comunicação como Whatsapp, Facebook, E-mail.

O questionário ficou disponível por um período exatos 30 dias que foram do dia 12/09/2019 a 12/10/2019 nos aplicativos de redes sociais, obtendo um total de 299 respostas perfazendo um percentual de 98% dos questionários respondidos, 2% dos questionários não foram respondidos.

Foram inclusos na pesquisa adultos que possuem ou não seguros privados de qualquer modalidade e excluídos aqueles que eram menores de 18 anos de idade e aqueles que se recusaram a participar.

Os dados obtidos na pesquisa foram interpretados e processados na forma de tabelas e gráficos usando do programa Office Excel for Windows da Microsoft, versão 2010, para tabulação de estatísticas analíticas e para apresentação dos dados. Os resultados foram dispostos pelo programa, utilizando-se a frequência de (%).

### **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

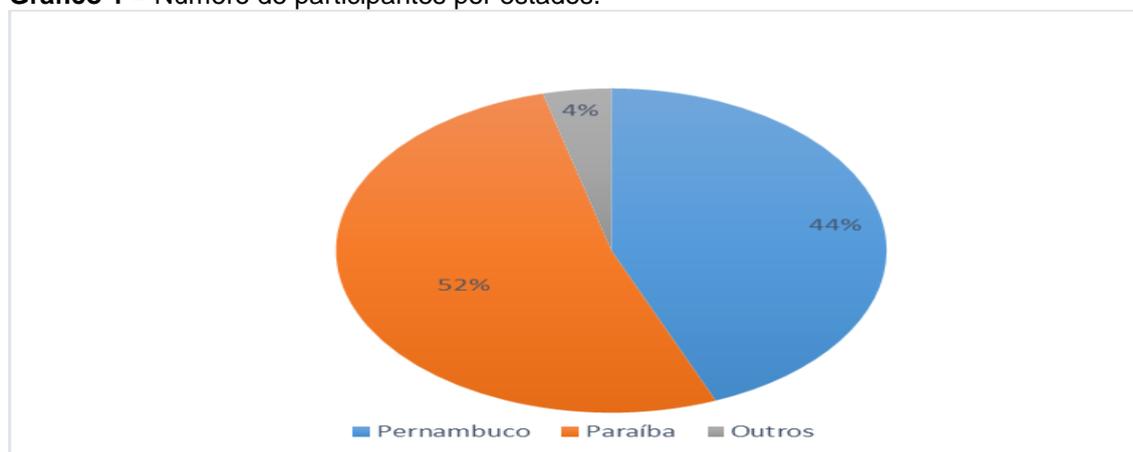
O mercado de seguros privados veem crescendo exponencialmente nos últimos vinte anos e é notável a preocupação das pessoas em proteger seus bens, seus investimentos, ou até mesmo se preocupar em proteger seus dependentes, na

sua falta. Observa-se que diversos autores têm enfatizado que em países com maior renda per capita, tem-se favorecido o aumento da disseminação de transações relacionadas a vendas de apólices de seguros. Com a observância do tal crescimento questiona-se a ideia do “por que” as pessoas e empresas têm adquirido apólices de seguros privados.

No presente estudo ao final de um mês de distribuição dos questionários via online, em redes sociais (APENDICE A) foram obtidos que 299 pessoas responderam os questionários perfazendo um percentual de 98% dos questionários respondidos, 2% dos questionários não foram respondidos.

No primeiro Gráfico estão apresentados os estados de residência dos participantes da pesquisa.

**Gráfico 1 – Número de participantes por estados.**



**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Com relação ao estado de residência das pessoas entrevistadas 131 (cento e trinta e uma) pessoas residem em Pernambuco, 156 (cento e cinquenta e seis) pessoas residem em cidades do estado da Paraíba e apenas sete pessoas residem em outros estados (gráfico 1).

Neri (2009), em seu estudo intitulado “Microseguros: risco de renda, seguro social e a demanda por seguro privado pela população de baixa renda” dentre os estados brasileiros estudados, o mesmo realizou uma comparação entre os estados, São Paulo e Rio de Janeiro, comparando pessoas relativamente iguais socioeconomicamente, constatando que São Paulo possui mais chance de ter acesso a seguro do que Rio de Janeiro, onde o estado de São Paulo hoje é considerado o maior polos de seguros privados do Brasil, e que possui mercado promissor, por efeito, por exemplo, da combinação de alta renda ou educação e baixo acesso no Rio de Janeiro.

Neri (2009), mostra em sua pesquisa um ranking elaborado pela CPS/FGV a partir dos microdados da POF/IBGE que mostra quais as capitais que possuem maior acesso a serviços de seguridade e previdência privada.

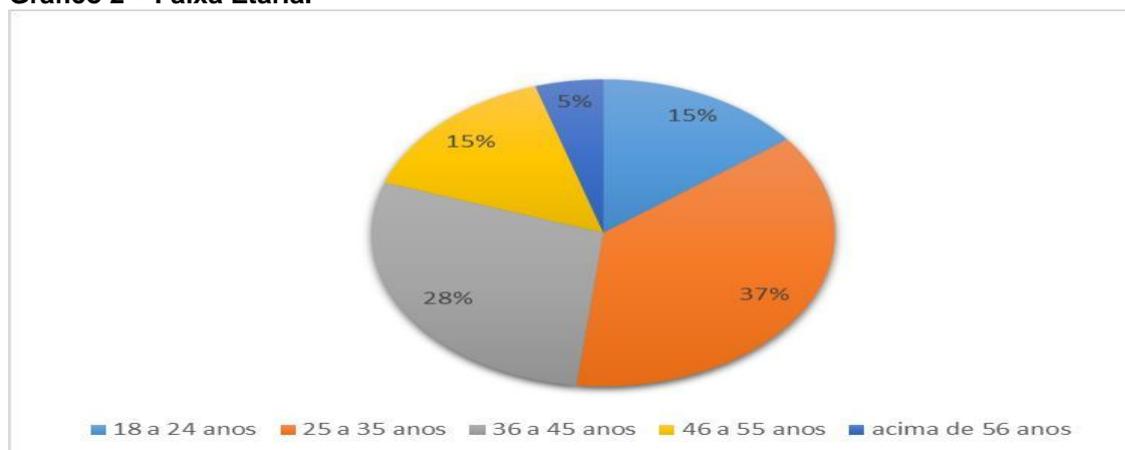
Ranking do acesso a serviços de segurança e previdência privada - Capitais					
População Total		%	Classes CDE	%	
1	Brasília - DF	46,8	1	São Paulo - SP	18,2
2	Vitória - ES	36,3	2	Belo Horizonte - MG	18,2
3	São Paulo - SP	30,4	3	Belém - PA	17,3
4	Belo Horizonte - MG	26,8	4	Vitória - ES	17,1
5	Curitiba - PR	26,2	5	Cuiabá - MT	16,8
6	Porto Alegre - RS	25,1	6	Campo Grande - MS	16,4
7	Rio de Janeiro - RJ	24,8	7	Brasília - DF	15,3
8	Campo Grande - MS	24	8	Salvador - BA	15,1
9	Belém - PA	22,6	9	Curitiba - PR	14,7
10	Salvador - BA	22,5	10	Recife - PE	12,9
11	Cuiabá - MT	21,8	11	Natal - RN	12,9
12	Natal - RN	20,7	12	Goiânia - GO	12,4
13	Recife - PE	20	13	Fortaleza - CE	11,8
14	Goiânia - GO	19	14	Porto Alegre - RS	11,3
15	Fortaleza - CE	18,8	15	João Pessoa - PB	10,2
16	João Pessoa - PB	16,3	16	Teresina - PI	10,2
17	Maceió - AL	16,1	17	Maceió - AL	10
18	Florianópolis - SC	15,3	18	Porto Velho - RO	9,35
19	Teresina - PI	14,6	19	Rio de Janeiro - RJ	9,14
20	Porto Velho - RO	12,7	20	Aracaju - SE	8,92
21	Aracaju - SE	12,1	21	São Luís - MA	7,61
22	São Luís - MA	11,3	22	Rio Branco - AC	7,43
23	Rio Branco - AC	10,8	23	Florianópolis - SC	7,38
24	Macapá - AP	7,5	24	Palmas - TO	5,97
25	Palmas - TO	7,12	25	Macapá - AP	5,55
26	Manaus - AM	6,35	26	Manaus - AM	4,99
27	Boa Vista - RR	5,5	27	Boa Vista - RR	3,2

Fonte: CPS/FGV a partir dos microdados da POF/IBGE.

A pesquisa esteve centralizada em dois estados, os quais são base para análise de dados, visando o conhecimento e vantagens percebidas em relação a aquisição de seguros privados pelos entrevistado.

O gráfico abaixo, mostra a frequência de faixa etária dos participantes da pesquisa.

Gráfico 2 – Faixa Etária.



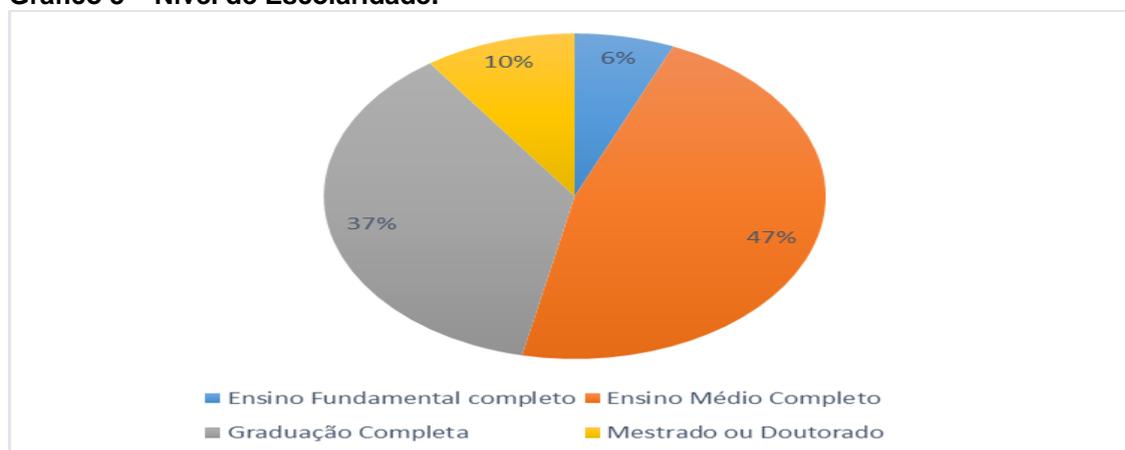
Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Com relação à média de idade, foi constatada que o maior número de pessoas que responderam o questionário encontra-se entre vinte e cinco e trinta e cinco anos de idade com 37,3%, em seguida a faixa etária que se encontra com 28,5% é de trinta e seis a quarenta e cinco anos, seguidos de 14,9% na faixa de quarenta e seis a cinquenta e cinco anos de idade e com percentual parecido com 14,6% encontram-se pessoas entre dezoito e vinte e quatro anos, o menor percentual encontrado está para pessoas acima dos cinquenta e seis anos de idade com 4,7%, perfazendo assim um percentual de 100% dos respondentes (Gráfico 2).

O resultado diferente foi encontrado no estudo de Ledo (2011), onde o mesmo mostrou que a média de idade encontrada em pessoas entrevistadas foi de 42,31 anos. Por se tratar de uma pesquisa de assunto específico (seguro) podemos perceber que a maior parte de questionários respondidos foram por pessoas de idades entre 25 e 35 anos que tem ou já ouviu falar sobre o assunto, levando em consideração que por se tratar de um local mais concentrado em jovens percebe-se que as pessoas menores de 24 anos não tem conhecimento ou não se interessam pelo assunto.

Observa-se no gráfico a baixo a diversificação de nível de escolaridade dos entrevistados.

**Gráfico 3 – Nível de Escolaridade.**



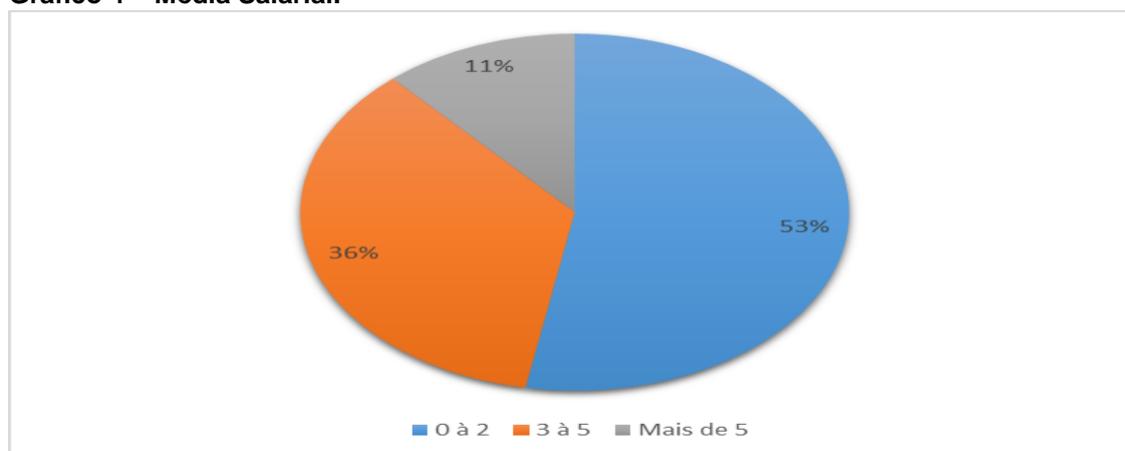
**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Ao analisar o nível de escolaridade das pessoas entrevistadas evidenciou-se que o maior número das pessoas entrevistadas tem o ensino médio completo com 47%, 37% possuem graduação completa e 6% tem apenas o ensino fundamental completo, além de 10% possuírem mestrado ou doutorado. Evidenciando-se um alto nível de escolaridade entre os participantes da pesquisa (Gráfico 3).

Corroborando com Neri (2009), em seu estudo o mesmo evidenciou que a taxa de acesso a seguros apresenta um comportamento de crescimento exponencial para o número de anos de estudo, aumentando cerca de 20% por ano de estudo a partir do primeiro ano de ensino superior. Aumentando também monotonamente de acordo com a renda familiar, dobrando quando a renda passa da faixa de 4 a 10 (17,06%) para 10 a 15 salários mínimos (34,8%). Evidencia ainda que o acesso a seguro aumenta monotonamente com a educação do indivíduo, indo de 6,16% (5,24%) para aqueles com menos de 3 anos de estudos até 53,15% (34,87%).

Neri (2009), evidencia ainda que para aqueles que possuem pós-graduação há um pico de 67,65% de taxa de acesso a seguros. Naturalmente, as menores taxas estão para aquelas que frequentaram no máximo a alfabetização de adultos (4,09%) e os sem instrução (4,12%) ou aqueles que só frequentaram creche (6,23%). São esses os indivíduos menos qualificados, mais pobres e menos integrados aos mercados, e por isso apresentam, as menores taxas de acesso a seguros.

No gráfico a seguir, mostra a média salarial dos entrevistados para melhor análise do poder aquisitivo.

**Gráfico 4 – Média Salarial.**

**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Dos respondentes 53% recebem entre nenhum e dois salários mínimos, seguidos de 36% que tem sua fonte de renda mensal entre três e cinco salários e apenas 11% recebe mais de cinco salários mínimos, evidenciando assim que pela classificação de classe social proposta por FGV (2008) pessoa, 53% das pessoas pertence à classe social D e E – Classe baixa.

De acordo com dados publicados pela FGV (Fundação Getúlio Vargas, 2018), as classes sociais foram divididas em cinco classes A, B, C, D e E, segundo a faixa de renda familiar. Sabendo que a Classe Social E refere-se a famílias com renda entre 0 e R\$ 1.254, (classe baixa), Classe Social D com renda entre R\$ 1.255 a R\$

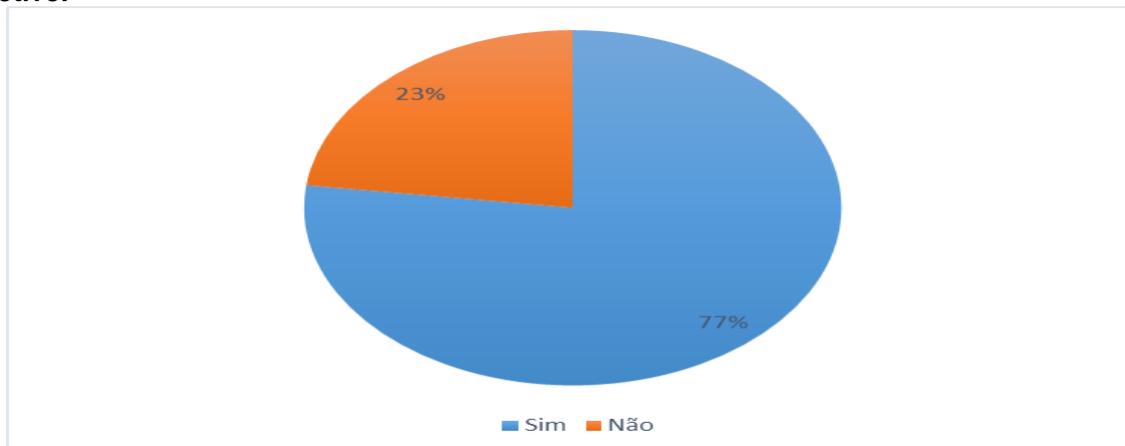
2.004 considerado (classe baixa), Classe Social C com renda familiar entre R\$ 2.005 a R\$ 8.640 (classe média), Classe Social B com renda familiar entre R\$ 8.641 e R\$ 11.261 (classe média) e Classe Social A com renda acima de 11.262 (classe alta).

Nota-se que a maioria dos entrevistados pertencem a classe baixa 53% e a menor parte pertence a classe social alta 11%. Nos últimos anos essa é a realidade mais debatida no

Brasil pelos governos e instituições que precisam da movimentação da economia, questionando a grande quantidade de dinheiro apenas nas mãos de grandes empresários.

Neri (2009), ao analisar a taxa de acesso a seguros por classes sociais, evidenciou que, apesar da classe CDE contemplar quase 85% da população, há uma diferença substantiva da taxa de acesso frente à população total de 55,75% (16,79% contra 10,78%) e de despesa média por pessoa de 169,5% (R\$ 23,96 contra R\$ 8,89). No caso da despesa média os diferenciais de acesso se somam 43 aos diferenciais de despesas de quem tem a despesa de seguro positiva. Isto reflete o fato da classe AB ter um nível de demanda bem maior que as demais classes com taxa de acesso de 46,17% e despesas médias de R\$ 99,29.

**Gráfico 5 – Frequência absoluta do número de entrevistados que possuem veículo automotivo.**

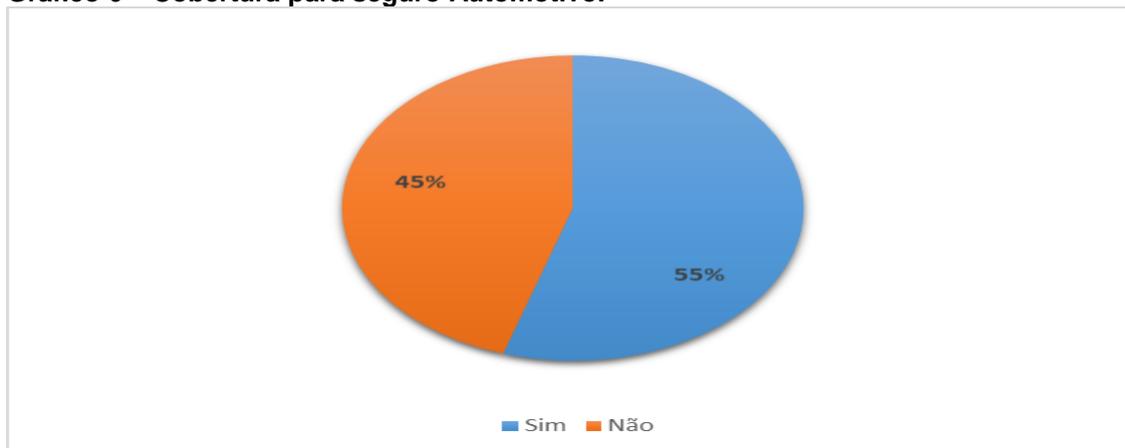


**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Ao correlacionar os dados evidenciados com o gráfico 5 que mostra que duzentos e oitenta e oito pessoas possuem veículos mostra que mesmo as pessoas com fontes de renda menor possuem veículos e grande parte adquirem seguro veicular. Sendo constatada pelo (gráfico 6) que mostra que 55% dos entrevistados tem ou já tiveram seguro automobilístico.

Os dados do gráfico abaixo referem se a porcentagem de pessoas entrevistadas que possuem cobertura para seguro Automotivo.

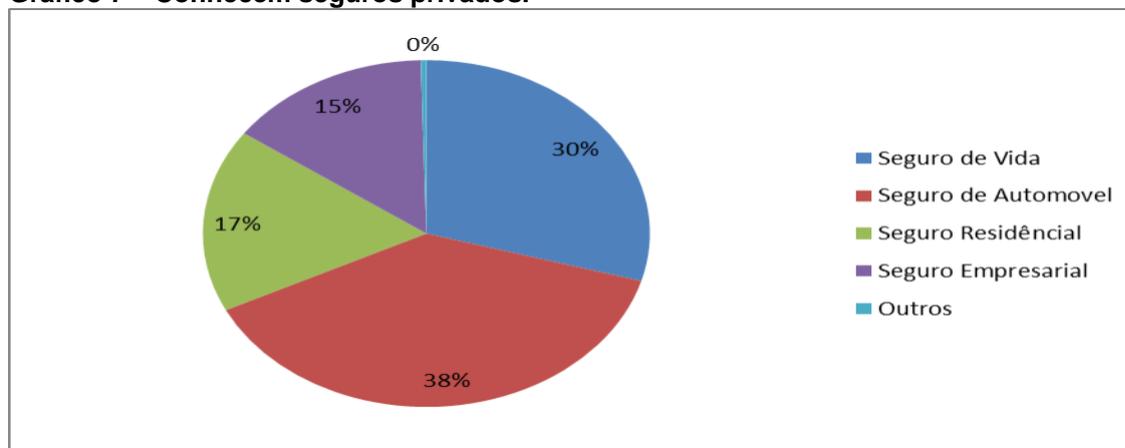
**Gráfico 6 – Cobertura para seguro Automotivo.**



**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Corroborando com os resultados encontrados por Neri (2009), pessoas quem tem posse de seguro saúde e previdência aumentam em 2 vezes as chances de a pessoa possuir seguro veículo. Quando focamos na classe análise CDE, o impacto aumenta, chegando a 3 vezes quando a pessoa já dispõe desses dois tipos de seguro.

Observa se no gráfico a seguir a taxa de acesso das pessoas a seguros privados.

**Gráfico 7 – Conhecem seguros privados.**

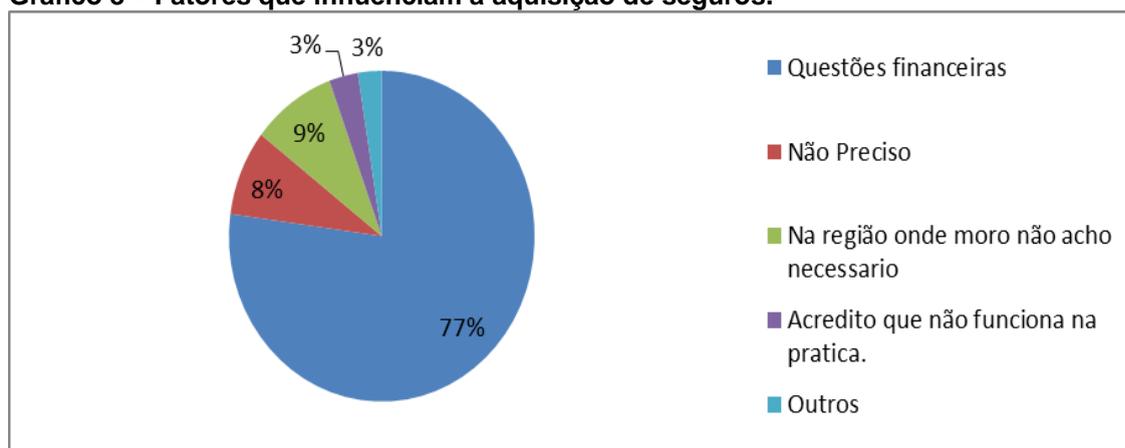
Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Quando os participantes da pesquisa foram questionados sobre os tipos de seguros que tem acesso a maioria afirma conhecer seguro para automóveis com 38% e outra parcela com 30% conhece ou já ouviu falar sobre seguros de vida, o que evidência que as outras formas de seguro como seguros residenciais e empresariais são muito pouco difundidos mais uma vez evidencia-se que o conhecimento sobre seguros empresarial, residencial entre outros é relativamente baixo (Gráfico 7).

Resultado diferente foi encontrado por Neri (2009), onde o mesmo afirma que a taxa de conhecimento das população sobre as formas de seguros que o seguro saúde é o mais difundido com 12,94%, seguido do seguro de vida com 4,31%, seguro veicular com 2,95, previdência privada 0,45% entre outros.

A pesquisa mostra que o seguro mais conhecido é o automotivo por se tratar de um bem que custa um valor alto para adquirir e a criminalidade ou até mesmo uma eventualidade nunca deixaram de preocupar a todos no caso de um automóvel.

Analisa de acordo com o gráfico abaixo os fatores que influenciam na aquisição de seguros automobilísticos.

**Gráfico 8 – Fatores que influenciam a aquisição de seguros.**

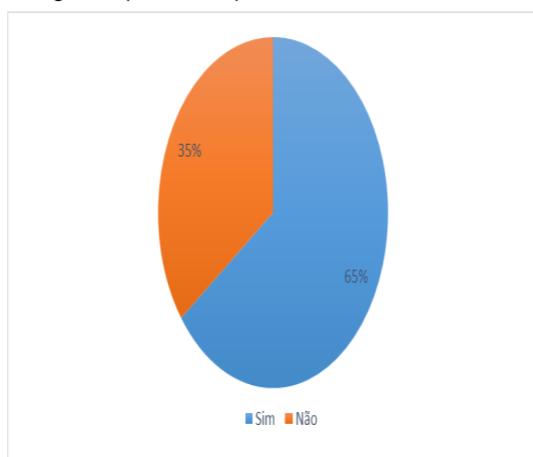
Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Quando os participantes da pesquisa foram questionados sobre o que influenciaria na não aquisição de um seguro para seu automóvel, 77% dos participantes afirma que as questões financeiras influenciam diretamente na aquisição. Levando em consideração que 35% (Gráfico 9) dos participantes nunca buscou saber mais informações sobre os tipos de seguros incluindo os valores, pode-se concluir que a falta de informação e conhecimento sobre o mercado de seguros leva as pessoas a criarem um preconceito, imaginário popular de que os seguros serão sempre valores altos, baixas coberturas ou nunca irão precisar.

Corroborando com o presente estudo, Neri (2009), evidenciou que em geral, há uma prevalência na taxa de acesso a seguros nas capitais do que nos demais cidades do interior. As exceções estão no caso do seguro de vida e do seguro de veículo onde observamos uma maior taxa de acesso nas cidades fora do eixo metropolitano. As menores taxas de acesso são encontradas nas áreas rurais, seguidas das periferias das metrópoles.

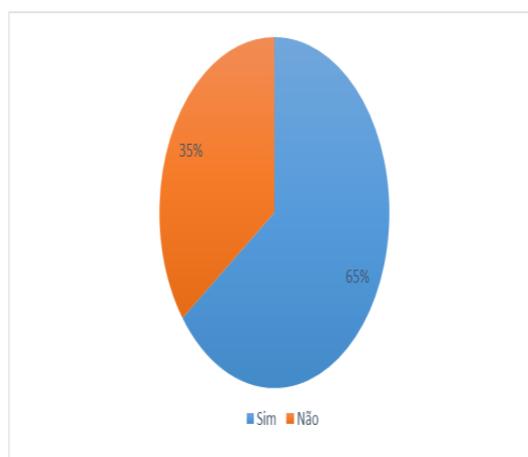
Constatou-se que mesmo tendo a intenção em adquirir um seguro privado as questões financeiras sempre influenciam na hora de pagar por uma apólice de contrato oneroso que garante um bem em um futuro imprevisto.

**Gráfico 9** – Porcentagem de pessoas que buscaram informações sobre seguros privados para automóveis.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

**Gráfico 10** – Existência de corretora de seguros na cidade dos entrevistados.



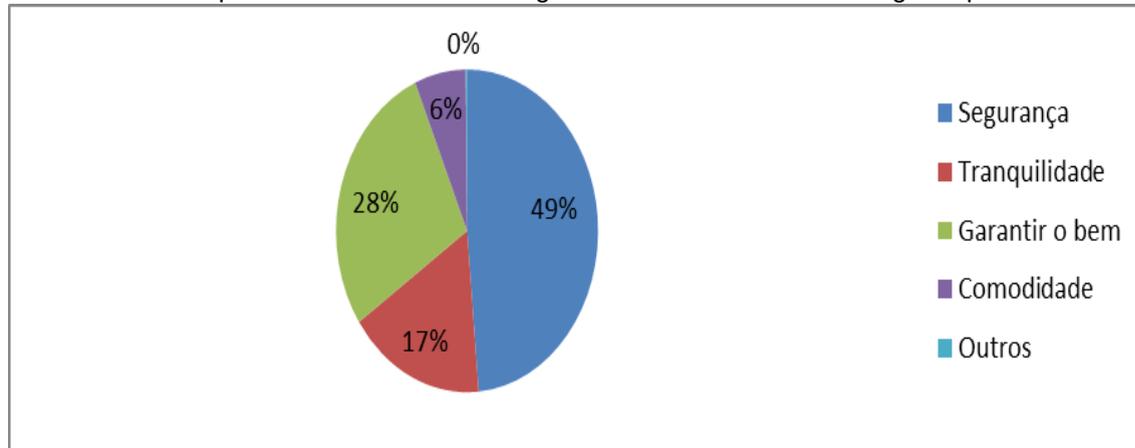
Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

A falta de informação fica ainda mais evidente ao compararmos o gráfico 8, onde mostra que 9% das pessoas acreditam que na região a onde moram não é necessário, bem como 8% afirma não precisar de seguro privado. É ainda mais evidente quando correlacionamos os três gráficos, onde o primeiro evidencia que as pessoas acreditam que os seguros privados sempre serão de um valor alto, seguindo de que as pessoas acreditam que não precisam e não acham necessário. A falta de informação fica evidente quando o gráfico mostra que em 35% das cidades dos entrevistados não existem corretoras de seguro dificultando a informação sobre os mesmos criando assim suposições de que os seguros são sempre caros e que só quem precisa são pessoas que moram em cidades consideradas de grande porte ou polos centrais (Gráficos 9 e 10).

A segurança é a palavra chave para a maioria das pessoas quando se trata de aquisição de seguro, principalmente quando convivemos em cidades polos que tem uma alta taxa de criminalidade nós levando a partir para a prevenção de eventuais perdas.

O gráfico abaixo refere-se a frequência das vantagens para os entrevistados em ter a cobertura de seguros para automóveis.

**Gráfico 11** – Frequência absoluta das vantagens em ter a cobertura de seguros para automóveis.



**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

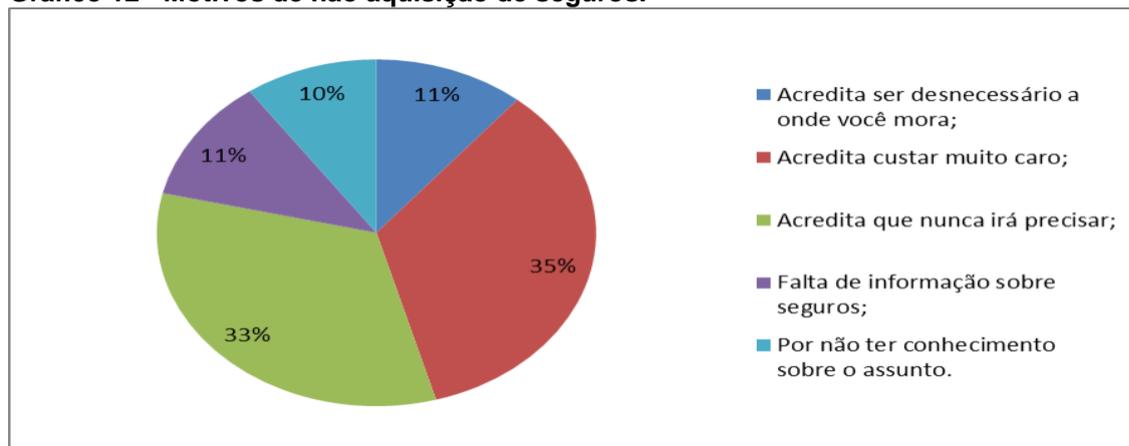
Quando questionados sobre as vantagens em adquirir seguros privados para automóveis 49% das pessoas afirma que a principal vantagem é a segurança, seguido da garantia do bem com 28%, tranquilidade 17% e 6% afirma que a tranquilidade em estar coberto por um seguro é a comodidade proporcionada na utilização do seguro em um eventual sinistro ou pane. (Gráfico 10).

O presente estudo corrobora com os resultados de Peres (2018), afirma que a decisão da aquisição de seguros é avaliada com base na utilidade do patrimônio no final do período e da probabilidade da possibilidade de ocorrência de um sinistro para o bem segurado. Destacando que o segurado racional segura parte ou totalidade de seu bem.

Portanto, a segurança e a garantia do bem são os principais motivos pelo qual as pessoas buscam a aquisição de seguros automobilísticos privados.

De acordo com o gráfico abaixo é possível analisar a relação dos motivos pelos quais influenciam uma pessoa a não adquirir um seguro privado.

**Gráfico 12 - Motivos de não aquisição de seguros.**



**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Ao questionar sobre quais seriam os principais motivos pelos quais influenciam uma pessoa a não adquirir um seguro privado, 35% afirma que acreditam custar muito caro, bem como 33% acredita que nunca irá precisar. 11% dos entrevistados afirmam que o principal motivo pela não aquisição de seguros privados é acreditar ser desnecessário e a falta de informação levam a não aquisição.

De acordo com Gazila (1997), demonstra que os valores dos seguros automobilísticos privados estão relacionados as coberturas contratadas dentre estas, limitação de guincho, dias de carro reserva, cobertura de danos materiais e corporais. Portanto, os seguros privados que tem as melhores coberturas terão um custo benefício maior, em contra posição aqueles que oferecem um custo menor tem coberturas relativamente menores.

Segundo Gazila (1997), quatro fatores influenciam diretamente no valor do seguro automobilístico, sendo estes, condições atuais do veículo (Tipo de carro, ano de fabricação e local de circulação), custos diretos e indiretos (Despesas Administrativas e comissões), estratégia da própria companhia (Planejamento estratégico), Mercado Competitivo (Concorrência).

O presente estudo evidencia que os populares tem uma concepção de que todos seguros de automóveis serão de um alto custo, muitas vezes sendo está uma ideia formada sem o conhecimento sobre o mercado de seguros privados, o que evidencia-se quando levado alguns fatores que influenciam a não aquisição onde 11% dos entrevistados afirmam não ter conhecimento sobre o assunto bem como os mesmos 11% que a falta de informação é um dos fatores. Ao somarmos aos dois resultados que relacionam a informação como fator primordial para a aquisição, conclui-se que a 3ª causa que influencia a aquisição são os fatores relacionados a informação, em segundo lugar seria a crença de que nunca irá precisar e em 1ª lugar o custo do seguro privado, mas quem 22% não tem qualquer informação sobre o assunto evidenciando-se assim, que existe a concepção de altos custos mas que um número muito baixo tem conhecimento sobre o assunto (Gráfico 12).

O gráfico abaixo mostra a quantidade de pessoas que já tiveram acesso a propostas de seguros privado

**Gráfico 13 – Acesso a propostas de seguro privado.**



**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Seguros privados são produtos oferecidos em instituições financeiras ou corretoras de seguros onde especialistas visam as necessidades do cliente. Outros

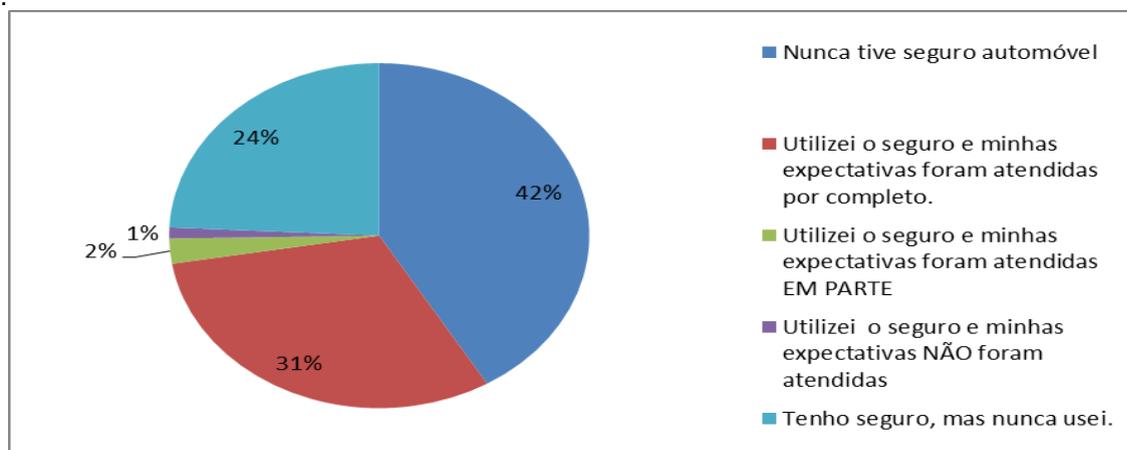
fatores que influenciam na aquisição de seguros além da falta de conhecimento como foi constatado das 299 pessoas, 77 entrevistados não tiveram acesso a propostas de seguros, se levado em consideração que a grande maioria dos entrevistados residem no estado da Paraíba, local este onde tem uma concentração de corretoras de seguros (Gráfico 13).

Para Neri (2019), entre 2003 e 2009, 27 milhões de pessoas, foram incorporadas às classes A, B ou C e 24 milhões saíram da pobreza. A magnitude deste efeito na mudança de renda no período foi de um crescimento de 15,6% na taxa de acesso a seguro, corroborando com o presente estudo que evidenciou que a maior frequência foi de pessoas que tiveram acesso a propostas de seguros privados.

Os dados supracitados evidenciam que, com o passar dos anos e as mudanças socioeconômicas, há um aumento na procura e aquisição de seguros privados, estando relacionado tanto as mudanças financeiras como no crescimento exponencial dos riscos de acidentes.

O gráfico abaixo demonstra o nível de expectativas do segurado se atingidas ou não pelo seguros em caso de utilização do seguro em caso de assistência 24 hrs.

**Gráfico 14** – Frequência absoluta da expectativa alcançada quando foi necessária a utilização do seguro.



**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Para as pessoas que possuem algum tipo de seguro privado, foi questionado se suas expectativas foram alcançadas em relação aos benefícios da aquisição é mostrou-se que dentre as pessoas que possuem ou já possuíram algum tipo de seguro 31% afirma que quando necessário suas expectativas foram atendidas por completo. Apenas 24% afirma que embora tenha a cobertura de seguros, nunca foi necessário utilizar o mesmo. Apenas 1% afirma que suas necessidades não foram atendidas. O que pode estar relacionado ao não conhecimento das cláusulas contratuais de suas coberturas ou até mesmo falha de comunicação entre o segurado e a seguradora (Gráfico 14).

O gráfico seguinte mostra o nível de expectativas do segurado se atingidas ou não pelo seguros em caso de acidentes de transito que se fez necessário uso do seguro privado.

**Gráfico 15 – Expectativa alcançada em casos de sinistro.**

**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

O gráfico acima evidencia o grau de satisfação das pessoas quando foi necessária a utilização de abertura de sinistro. Setenta e cinco pessoas afirmam que suas expectativas foram atendidas mostrando assim o grau de satisfação dos clientes, apenas três afirmam que suas expectativas não foram atendidas.

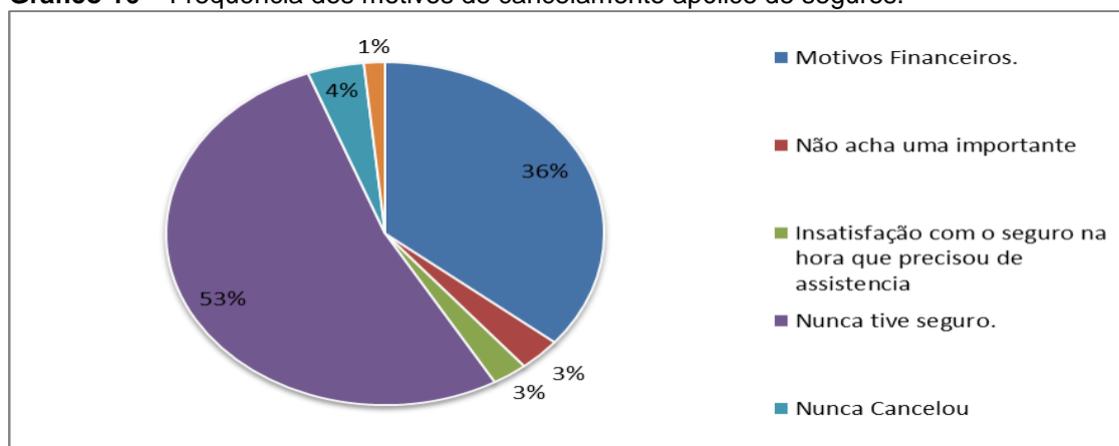
Segundo o estudo intitulado *Análise o mercado de seguros no Brasil: Uma visão do desempenho organizacional das seguradoras no ano de 2003*. Gazila (1997), evidenciou que há uma disparidade grande nos níveis de eficiência, entre as eficientes e as ineficientes.

Ao falar de contrato oneroso, nem todos que tem seguro já utilizou dos benefícios da apólice (troca de vidros, assistência 24 horas, chaveiro), com a pesquisa percebemos que a maioria que utilizou obteve total satisfação com o serviço contratado na hora que precisou. Existem também pequena parte que não teve êxito na hora da utilização, para análise dessa insatisfação vários pontos devem ser levados em consideração principalmente as cláusulas contratuais.

Quando o assunto é um sinistro, o grau de análise de satisfação é bem mais específico pois estamos falando de acidente com perda parcial ou total que pode ou não incluir danos a terceiros, onde o segurado busca ter assistência do seguro e estar totalmente tranquilo na hora de cobrir os danos causados.

O gráfico a seguir mostra as causas que levam os segurados a cancelar contrato de seguros.

**Gráfico 16** – Frequência dos motivos de cancelamento apólice de seguros.



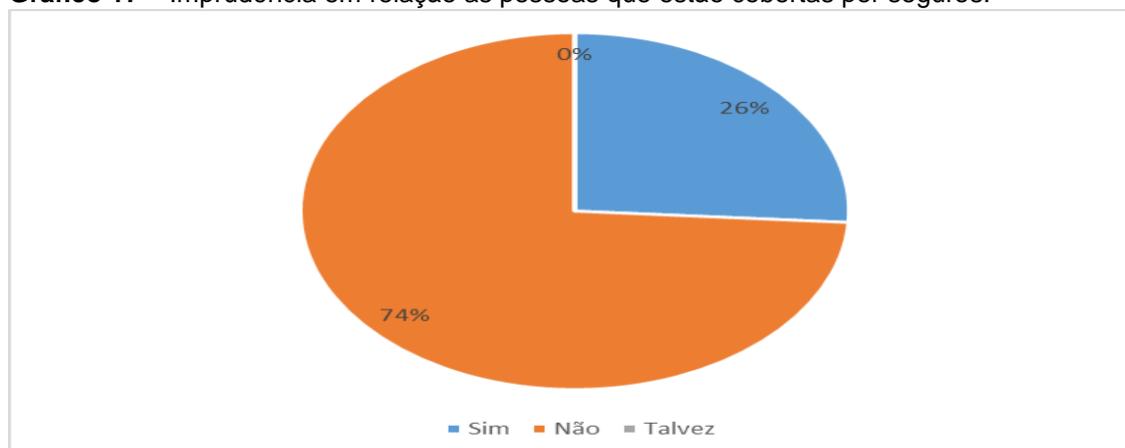
**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Para conhecer o que levam as pessoas a cancelar apólice de seguros foi questionado aos participantes da pesquisa quais seriam os motivos, 36% dos entrevistados afirma que efetuou o cancelamento do seguro por motivos financeiros. Dois motivos tiveram a mesma porcentagem de 3% sendo insatisfação com o seguro e 3% afirma não achar importante ter a cobertura de seguros (Gráfico 15).

A partir do gráfico supracitado evidencia-se que os motivos financeiros são os maiores responsáveis pela desistência, aquisição e cancelamento de apólices de seguros, por se tratar de um contrato oneroso que pode ou não vir a ter utilização em sua vigência.

Em relação as pessoas que acreditam que por estarem cobertos por seguros automobilísticos, se tornam mais imprudentes obteve-se as seguintes respostas

**Gráfico 17** – Imprudência em relação as pessoas que estão cobertas por seguros.

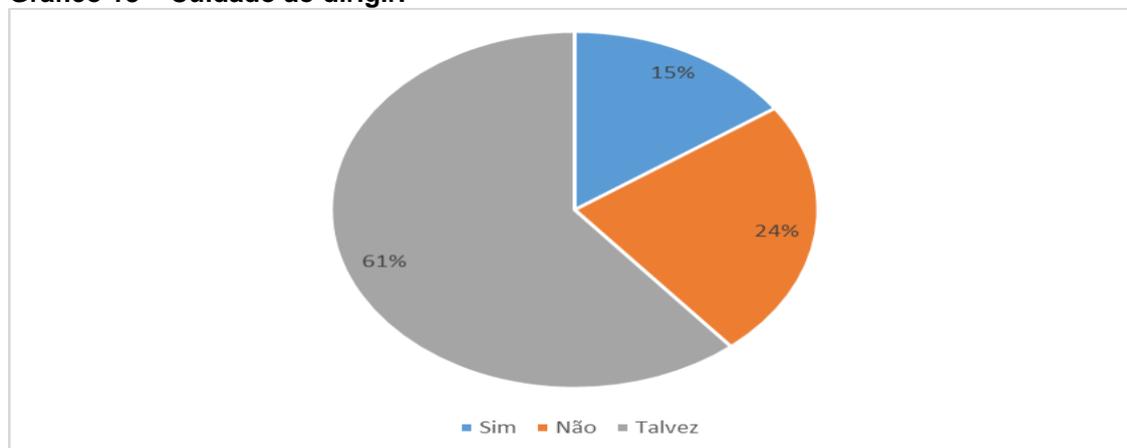


**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Os participantes ao serem questionados sobre qual seria a opinião dos mesmos com relação se acredita que uma pessoa por estar segurado torna-se mais imprudente no trânsito onde 26% dos entrevistados acreditam que as pessoas se tornam mais imprudentes, em contrapartida 74% acredita que as pessoas não se tornam mais imprudentes pelo fato de estarem acobertados pela apólice (Gráfico 17). Muitos dos entrevistados demonstram que mesmo pelo fato de estarem assegurados não deixam de serem prudentes no trânsito.

De acordo com o gráfico a baixo analisa-se a percepção dos entrevistados com o cuidado ao dirigir para se evitar acidentes de transito.

**Gráfico 18 – Cuidado ao dirigir.**



**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Com relação ao modo de dirigir 179 pessoas foram imparciais ao serem questionadas sobre acreditar que por serem cuidadosos acreditam que nunca serão vítimas de acidentes de trânsito, enquanto 69 pessoas discordam da afirmativa e não acreditam que por serem cuidadosos não serão vítimas de acidentes e assim apenas 45 pessoas afirmam que nunca sofrerão qualquer tipo de acidente por serem cuidadosos. Nota-se que algumas tem a concepção de que se forem prudentes e cuidadosos nunca passarão por situações de acidentes e boa parte é imparcial ao assunto (Gráfico 18).

Evidencia-se que a maioria dos entrevistados tem a consciência que mesmo sendo prudentes no transito, podem vir outras pessoas ou eventos imprevistos que fazem provocar acidentes de transito.

## 5 CONCLUSÃO

Esse trabalho obteve buscou responder a seguinte pergunta: Quais os fatores predeterminantes que influenciam as pessoas de cidades do interior a adquirir seguros privados? A pesquisa foi realizada através de questionários distribuídos nas redes sociais e entregues de forma impressa. Partindo da questão de pesquisa, pode-se analisar que as pessoas que possuem seguro privado mostram que existe uma necessidade de garantia financeira do bem, buscam se prevenir de possíveis imprevistos como uma ocorrência de acidente ou roubo, que venham a afetar o financeiro, com isso percebe-se que existe uma necessidade de contratar um seguro automobilístico e com isso o segurado busca nas coberturas contratadas suprir essa indispensabilidade, sabendo que se refere a um atendimento especializado e assistência 24 horas. Quando questionado sobre os fatores predeterminantes para a aquisição de um seguro privado, percebe-se que um fator muito influenciável, para os entrevistados, 77% afirmam que o fator financeiro é o mais influente para aquisição ou cancelamento de apólice, pois trata-se de um contrato oneroso onde não se sabe quando nem onde usara as coberturas.

A avaliação do efeito de aquisição de seguros observa-se que a renda é um dos fatores predeterminantes mais importantes na hora da decisão de compra. Cada vez mais a realidade do mercado esta mudando em relação as necessidades das

peças onde a maioria delas são de classe média, o que faz perceber que a segurança privada é considerado por muitos uma necessidade base.

O presente trabalho teve seus objetivos específicos atingidos, conclui-se que motivos como a renda, região onde mora, poder aquisitivo e conhecimento sobre os benefícios do seguro são pontos importantes para a aquisição de seguro privado. Observa-se também que o cliente analisa o custo benefício de estar coberto por um seguro, pelo fato de se tratar de um contrato oneroso onde o valor é pago sem saber se vai ou não utilizar a apólice. Além disso pode se perceber que esta se modificando as expectativa de aquisição de seguros onde muitas pessoas de renda média prezam pela segurança de seus bens, onde mesmo tendo inúmeros tipos de seguros para coberturas de doenças e responsabilidade civil, grande maioria das pessoas adquirem mais o seguro automóvel.

Algumas limitações foram identificadas na produção deste trabalho, como a dificuldade de arrecadar um número maior de respostas, pois não são todas as pessoas que tem conhecimento do assunto ou se interessam pelo mesmo. ‘

Além disso analisou-se que as pessoas estão cada vez mais preocupadas com a insegurança presente no dia a dia. Concluiu-se que a maioria das pessoas buscam uma segurança maior ao adquirir seguro privado, onde os fatores determinantes para aquisição dos mesmos são a garantia de uma bem ou tranquilidade financeira na hora de um imprevisto.

## REFERÊNCIAS

ALVIN, P. **O contrato de seguro**, ob. Cit., 2002, p 215.

ANTONIO, JÁ. **Negocio jurídico – existência, validade e eficácia**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2000

ARAGÃO, J. **Introdução aos estudos quantitativos utilizados em pesquisas científicas**. Revista Práxis ano III, n. 6, p. 59-62, ago-2011.

ARTIGO. 771 e 779. Código civil.

ARTIGO, 765, 768, 769. Código Civil.

AZEVEDO, L, A, R. 2010. Tese de Mestrado. **A comutatividade do contato de seguro**. Faculdade de direito da universidade de São Paulo, 2010.

BRASIL. **Código Civil, Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. 1ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

BIVILACQUA, C. **Direito das obrigações**. Campinas: Red livros, 2000. p. 256. CALERO,

FS. **Ley de contrato de seguro**. Narrava: Thomson Aranzadi, 2005. CAVALCANTI B. N.

**B. O contrato de seguro e os seus elementos essenciais.**

PEREIRA, CMS. Instituição de direito civil. III. 11ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2003, p.68.

CHURCHILL JR., G.A. **Marketing research: methodological foundations**. Chicago: The Dryden Press, 1987.

COBRA, M. **Serviços: como construir valor para cliente**. São Paulo: Cobra, 2004.

COMPARATO, Fabio Conder, “**Comentário a acordo – Seguro – cláusula de rateio proporcional - juridicidade**”, in Revista de direito mercantil, nº 07, XI, São Paulo: revista dos tribunais, 1972, pp. 102/112.

COSTA, MJ. **A boa-fé no direito privado**, 1ª Ed: São Paulo, Editora revista dos tribunais, 2000, p.411.

FENASEG. **Informa anual do mercado segurador brasileiro – 2006**. P 22-23.

FRACNO, VHM. **Contratos – direito civil e empresarial**. 2003. p.299.

FGV Social. **Centro de Políticas Sociais**. Rio de Janeiro, 2018.

FORBES, S. **The Changing Reinsurance Industry**. LOMA. Nova York, 2004

FRANCO, Vera Helena de Mello. **Contratos – Direito civil e empresarial**. São Paulo: revista dos tribunais, 2009. p. 269.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA, Rodolfo. **Manual de Direito Civil**. Vol. Único. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.

GARRIGUES, Joaquin. **O contrato de seguro terrestre**. Madrid: JGD, 1983, p. 1.

GAZILA, F. **Economia e Seguro: Uma Introdução**. Vol. Único Ed. Funenseg: 1997.

GOMES, O. **Contratos**. 26ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 83

JENSEN, M, C. MECLING, W, H. **The nature of men**, Chicado e Londres: The university of Chicago press, 1998.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. Tradução: Carlos Szlak. São Paulo: Ediouro, 2009.

LAMBERT – FAIVRE Y, LEVENEUR L. **Droit des assurances**. 12ª ed. Paris: Dalloz, 2005, p. 251.

LEDO, B. C. A. **Competição em preços entre corretores de seguros de automóveis**. Estudos Econômicos. vol.41 nº 4 São Paulo, 2011.

LIMA-COSTA, M.F; BARRETO, SM. **Tipos de estudos epidemiológicos: conceitos básicos e aplicações na área do envelhecimento**. Epidemiologia e serviços de saúde, vol. 12, n, p. 189-201, 2004.

MIRANDA, P. **Tratado de direito privado**, Tomo XXXVIII. Campinas: Bookseller, 2005. p. 379.

MIRANDA, M. B. **Teoria Geral dos Contratos**. Revista Virtual Direito Brasil, Volume 2, 2008.

NERI, M. Dissertação de Doutorado. **Microssseguros: Risco de Renda, Seguro Social e a Demanda por Seguro Privado pela População de Baixa Renda**. Fundação Getúlio Vargas, 2009.

O que é uma Pesquisa Survey. **OPUS Pesquisa e Opinião**, Belo Horizonte, 2019. Disponível em: <[www.opuspesquisa.com/blog/tecnicas/pesquisa-survey/](http://www.opuspesquisa.com/blog/tecnicas/pesquisa-survey/)> Acesso em: 30 de Outubro de 2019.

OLIVEIRA N V L C, 2005. Tese de doutorado. **Mercados de Seguros: Solvência, Riscos e Eficácia Regulatória**. Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005.

PEREIRA, Caio Mário da Silva, **Instituições de Direito Civil**. Rio de Janeiro: Forense, 2003, v. 3, p.68.

PLANIOL, M e RIPERT, G. **Traité pratique de droit civile français, Tome XI – Contrats civilis, deuxieme**. Paris. 1932, p.553/4.

ROPPO, Vincenzo. O contrato. Coimbra: editora Almediana, 2009, p. 7

SILVA,CVC. **A obrigação como processo**. São Paulo: editora FGV, 2007. P. 33 Silva, Edna Lúcia da. e Menezes, Estera M. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. 3ª ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

STIEGLER, GJ. **The law and economics of public policy: a plea to the schools**. **Journal of policy**. 2009, pp 1. Vol 01

SUSEP - Superintendência de Seguros Privados. **4º RELATÓRIO DE ANÁLISE E ACOMPANHAMENTO DOS MERCADOS SUPERVISIONADOS**. RIO DE JANEIRO, 20 DE JULHO DE 2016

TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito Civil**. Vol. Único. 7 Ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2017

**APENDICE A - QUESTIONÁRIO**

1. Nome: \_\_\_\_\_
2. Idade  
 25 a 35 anos;  
 36 a 45 anos;  
 46 a 55 anos;  
 acima de 56 anos.
3. Escolaridade  
 Ensino médio completo  
 Ensino fundamental completo ( ) Graduação completa  
 Mestrado ou doutorado
4. Profissão: \_\_\_\_\_
5. Estado de sua residência  
 Pernambuco ( ) paraíba  
 outro: \_\_\_\_\_
6. Renda (salário mínimo):  
 0 á 2  
 3 á 5  
 Mais de 5
7. Quais dos seguintes tipos de seguros você já ouviu falar ou conhece? ( )
- Seguro de vida  
 Seguro residencial ( ) Seguro automóvel  
 Seguro empresarial  
 Outros: \_\_\_\_\_
- 
8. Possui carteira nacional de habilitação – CNH  
 Sim  
 Não
9. Possui veículo automotivo? ( ) Sim  
 Não
10. Em algum momento buscou saber sobre seguro automóvel?

- Sim
- Não

11. Em sua cidade existe corretoras privadas? ( ) Sim  
( ) Não

12. Você já teve acesso a propostas de seguros? ( ) Sim  
( ) Não

13. Possui algum tipo de seguro de automóvel? ( ) Sim  
( ) Não

14. O que influenciaria você a não adquirir um seguro automóvel? ( ) Questões financeiras.  
( ) Na região onde moro não acho necessário. ( ) Não preciso.  
( ) Não funciona na pratica.  
( ) outros: \_\_\_\_\_

15. Em sua opinião quais são as vantagens em ter um seguro automóvel? ( )  
Segurança  
( ) Tranquilidade ( ) Garantir o bem ( ) Comodidade  
( ) Outros: \_

---

16. Por quais dos seguintes motivos você acredita que as pessoas não adquirem seguros privados?  
( ) Acredita ser desnecessário a onde você mora ( ) Acredita custar muito caro  
( ) Acredita que nunca irá precisar  
( ) Falta de informação sobre seguros  
( ) Por não ter conhecimento sobre o assunto

17. Já vivenciou alguma ocorrência de sinistro (acidente)? ( ) sim  
( ) não

18. Caso teve ou ainda tenha seguro automóvel, o seguro obteve suas expectativas?  
( ) Nunca tive seguro automóvel;  
( ) Utilizei o seguro e minhas expectativas foram atendidas por completo; ( ) Utilizei o seguro e minhas expectativas foram atendidas em parte;  
( ) Utilizei o seguro e minhas expectativas não foram atendidas; ( ) Tenho seguro mais nunca usei.

19. Caso teve ou ainda tenha seguro automóvel, o seguro obteve suas expectativas em caso de sinistro (acidente)?

nunca tive seguro automóvel;

utilizei o seguro e minhas expectativas foram atendidas por completo;  utilizei o seguro e minhas expectativas foram atendidas em parte;

utilizei o seguro e minhas expectativas não foram atendidas;  tenho seguro mais nunca usei.

20. Se caso, já teve seguro e cancelou. O que o levou a cancelar a apólice? (  
Motivos financeiros

Não acha importante  Nunca tive seguro

Insatisfação com o seguro;

Outros: \_\_\_\_\_

21. Com relação ao modo de dirigir, você acredita ser cuidadoso e que nunca será vítima de acidente de trânsito?

Sim

Não

Talvez

22. Você acredita que uma pessoa por estar assegurado torna-se mais imprudente?

Sim

Não

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que me deu forças e sabedoria para concluir toda a graduação conduzindo-me até aqui.

Agradeço aos meus amados pais, que sempre estiveram comigo em cada passo da minha vida e nunca mediram esforços para lutar pelos meus sonhos, sendo um deles, a tão sonhada formação em Administração.

Agradeço ao meu namorado que, por tantas vezes, escutou e ajudou durante toda a minha trajetória acadêmica, mesmo estando distante me deu suporte de forma indireta para a conclusão desta etapa.

Agradeço aos meus irmãos que sempre estiveram presentes.

Agradeço a minha família, especialmente a minhas avós que com conselhos e preocupação orientaram me a cada instante, pensando no meu bem estar e futuro.

Agradeço a minha orientadora, que é grande incentivadora, buscando com excelência elevar meu ritmo de estudos e amiga fora da universidade que a UEPB me aproximou.

Agradeço aos meus professores que de forma direta contribuíram para a minha formação.

Registro meu agradecimento a todos que de algum modo colaboraram para a condução de todo o processo de curso e conclusão do mesmo.