

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS
FINANCEIROS

Eduardo De Marchi

ANÁLISE DE VIABILIDADE DO DESENVOLVIMENTO E
COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO SEGURO – FIANÇA NO BANCO
DO BRASIL.

Porto Alegre

2011

Eduardo De Marchi

**ANÁLISE DE VIABILIDADE DO DESENVOLVIMENTO E
COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO SEGURO – FIANÇA NO BANCO
DO BRASIL.**

Trabalho de conclusão de curso de Especialização, apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Gestão de Negócios Financeiros.

Orientador: Roberto Lamb

Porto Alegre

2011

Eduardo De Marchi

**ANÁLISE DE VIABILIDADE DO DESENVOLVIMENTO E
COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO SEGURO – FIANÇA NO BANCO
DO BRASIL.**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Especialização em Gestão de Negócios Financeiros da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito para a obtenção do título de especialista em Gestão de Negócios Financeiros.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA:

Prof.

Prof

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus que até hoje me acompanhou em todas as etapas da minha vida.

A Carol, parceira em todos os momentos., que me faz caminhar todos os dias em busca dos meus objetivos.

Aos meus pais que me ensinaram todos os valores necessários para a formação do meu caráter , e que um dia eu possa recompensá-los.

RESUMO

O projeto propõe como objetivo geral desse estudo, a pesquisa sobre a viabilidade da implementação do produto *seguro-fiança* na rede de agências do **Banco do Brasil**. Visando proteger os proprietários de imóveis de aluguel, bem como atender de modo menos burocrático à concessão de um fiador aos inquilinos, fornecer mais uma ferramenta competitiva e segura ao mercado de imóveis, mas principalmente desenvolver um produto formador de receita à instituição financeira.

Feito através de pesquisa do *mercado imobiliário* em São Paulo, levantando suas características e perspectivas futuras, pesquisa concorrencial de modo a analisar os principais concorrentes que comercializam o produto em questão, no mercado paulista, levantando seus pontos-fortes e fracos e uma análise do produto e sua viabilidade de implementação para a base de clientes do Banco do Brasil. O estudo visa principalmente delinear um produto comercialmente viável e que contribua com o bem-estar dos clientes, proporcionando segurança, tranquilidade e proteção do patrimônio.

Palavras-chave: Seguro-Fiança, Banco do Brasil, Mercado Imobiliário.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	PARCELA DE MERCADO DAS PRINCIPAIS SEGURADORAS ATUANTES NO SEGMENTO FIANÇA LOCATÍCIA 2009.....	18
Tabela 2 -	PRESENÇA DOS BANCOS NO BRASIL.....	19
Tabela 3 -	PRESENÇA DOS BANCOS NA CIDADE DE SÃO PAULO.....	20
Tabela 4 -	DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES URBANOS, TOTAL E RESPECTIVA DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL, POR CONDIÇÃO DE OCUPAÇÃO, SEGUNDO AS AS GRANDES REGIÕES, UNIDADES DA FEDERAÇÃO E REGIÕES METROPOLITANAS – 2008.....	21
Tabela 5 -	ALUGUÉIS EM FAIXAS DE VALORES EM R\$ POR M ² - AGOSTO DE 2011.....	22
Tabela 6 -	EVOLUÇÃO DO VALOR MÉDIO DE LOCAÇÃO RESIDENCIAL.....	24
Tabela 7 -	AÇÕES JUDICIAIS PROPOSTAS EM SÃO PAULO.....	25
Tabela 7 -	PROJEÇÕES DE RECEITA E MARGEM DE LUCRO ESPERADA.....	29

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	LOCAÇÃO POR FAIXA DE VALOR NA CIDADE DE SÃO PAULO – JULHO/2011.....	23
Gráfico 2	QUANTIDADE DE IMÓVEIS ALUGADOS EM SÃO PAULO POR MÊS EM 2009.....	23
Gráfico 3	GARANTIAS DOS CONTRATOS FIRMADOS EM SÃO PAULO – DEZEMBRO/2010.....	25
Gráfico 4	GARANTIAS DOS CONTRATOS FIRMADOS EM SÃO PAULO – JULHO/2011.....	26

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - PRECIFICAÇÃO DO PRODUTO.....	28
Quadro 2 - CÁLCULO DA IMPORTÂNCIA SEGURADA.....	29
Quadro 3 - PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO	31

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	QUADRO TEÓRICO.....	12
3	SEGURO FIANÇA LOCATÍCIA.....	14
3.1	HISTÓRICO DO MERCADO SEGURADOR BRASILEIRO.....	14
3.2	PRINCIPAIS AGENTES.....	17
3.3	BANCO DO BRASIL.....	19
4	MERCADO IMOBILIÁRIO.....	21
5	IMPLEMENTAÇÃO/COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO.....	27
5.1	PREÇO DEFINIDO AO CONSUMIDOR FINAL.....	28
5.2	DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO.....	30
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo analisar a viabilidade da implementação no mercado, de um produto na área de seguro de patrimônios, garantindo para os proprietários o recebimento dos aluguéis e de outras despesas mensais por parte dos inquilinos.

A partir da observação do mercado de seguros brasileiros foi identificada a oportunidade da disponibilização do referido produto na rede de agências do Banco do Brasil, haja vista a expansão do mercado imobiliário, e a necessidade cada vez maior dos proprietários de imóveis, em ter uma garantia contra eventuais danos ao imóvel e a manutenção de seus investimentos.

Essa implementação proporcionará à instituição um incremento em suas receitas, bem como a ampliação em sua participação no ramo de seguridade, disponibilizando mais um produto diferenciado à seu portfolio tornando-a mais completa e competitiva. Por outro lado, proporcionará à seus clientes, a tradição de uma instituição sólida atuando na proteção de patrimônio.

O trabalho está estruturado da seguinte forma:

Inicialmente foi realizada uma abordagem contextual do ramo de seguros no Brasil, e a análise da evolução da participação dos bancos, em especial o Banco do Brasil no mercado securitário. Esta etapa é uma forma de familiarizar o leitor com referido assunto.

Posteriormente foi feita uma pesquisa sobre o mercado imobiliário paulista e suas perspectivas futuras. Essa etapa é de fundamental importância para a viabilização do projeto, já que seus resultados são fundamentais para a implementação ou não do produto.

A escolha da cidade de São Paulo deu-se por inúmeros motivos porém primordialmente por ser a cidade onde atualmente reside o autor e pela acessibilidade dos dados sobre o tema .

Concomitantemente, foi realizado um levantamento dos principais produtos semelhantes existentes no mercado, analisando suas diferenças, pontos fortes e fracos. Nesta etapa procura-se extrair do mercado informações relevantes para o delineamento do novo produto.

A próxima etapa consiste no desenvolvimento do produto, tal etapa tem por objetivo definir suas características, coberturas, cálculo de prêmios, público-alvo, condições gerais dentre outros aspectos relevantes. Diz respeito também à implantação do referido produto na rede de agências, e a análise de sua viabilidade

Fechando o trabalho trataremos das considerações finais, apresentando os resultados alcançados sobre o tema, e esperando concluir com o término do mesmo, a possibilidade ou não de comercialização do produto.

A metodologia utilizada no presente trabalho será inicialmente a pesquisa bibliográfica com o objetivo de analisar os projetos que já foram realizados, na área de forma a ilustrar a tese.

Posteriormente será realizado uma pesquisa quantitativa para elencar os produtos similares existentes no mercado, suas características gerais, evolução, rentabilidade margem de contribuição, o que orientará o desenvolvimento do referido produto com ênfase na Descrição do Negócio, Oportunidades, Marketing, Competição, Concorrência, Operações, Tecnologia e Finanças. Por fim será feita uma análise da implantação do produto no mercado através da margem de lucro recorrente no mercado segurador brasileiro.

2 QUADRO TEÓRICO

Segundo MONEGAGLIA 2011, de acordo com a Lei 8245/91, a Lei do Inquilinato, dispõe sobre as garantias aceitas para formalização dos contratos de locação imobiliária, como a fiança, o caução e o seguro garantia. Dispõe ainda que quando houver inadimplemento dos locatários, os locadores poderão entrar com ação de despejo e cobrar dos fiadores, os valores em atraso. Porém, considera a fiança, apesar de ser menos onerosa para os locatários sobre o aspecto financeiro, e também mais requisitada atualmente, como uma forma demorada e burocrática para retomar o imóvel e receber os débitos referentes.

De acordo com a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP, 2011) o seguro fiança locatícia é considerado um seguro garantia que é definido com a finalidade de garantir o fiel cumprimento das obrigações contraídas pelo tomador junto ao segurado em contratos privados ou públicos, bem como em licitações. Este seguro garante o pagamento de indenização, ao Segurado, dos prejuízos que venha a sofrer em decorrência do inadimplemento do Locatário em relação à locação do imóvel urbano mencionado na apólice, respeitadas as disposições, as coberturas e os limites definidos em contrato.

“O seguro fiança locatícia, garante ao proprietário do imóvel (Locador) a falta de pagamentos de aluguéis e encargos (condomínio, IPTU, contas de água, luz e gás). As garantias de multas contratuais e de danos ao imóvel poderão ser oferecidas através de coberturas adicionais”. (SILVA, 2004, p. 65)

Segundo SILVA, 2004, a locação, um ramo da atividade imobiliária, carecia por uma garantia eficiente e confiável. Fato este fez as seguradoras a criar um produto que viesse garantir esta atividade comercial de forma satisfatória frente à outras duas formas de garantia existentes até o momento, o caução e o fiador. Assim em 1979 através da Resolução CNSP no. 14/79 foi criado o Seguro Fiança Locatícia.

Após a abertura dos mercados e a onda de fusões e aquisições no setor financeiro, o setor bancário apresenta um quadro de elevada concorrência, buscando através da diversificação dos seus produtos uma forma de fidelizar e rentabilizar a base de clientes. Uma maneira de conseguir esse espaço é disponibilizar uma leque de produtos de maneira que o cliente tenha na instituição todos os serviços que precisa. Os avanços tecnológicos e as mudanças rápidas nas necessidades dos clientes contribuíram para o crescimento do setor bancário, permitindo a criação de novos produtos e serviços. (SOUZA NETO, FONSECA e OLIVEIRA, 2005).

“A inovação é um ingrediente vital para o sucesso dos negócios, onde o planejamento incluindo identificação de uma oportunidade, pesquisa de marketing,

análise dos produtos concorrentes, proposta do novo produto, elaboração das especificações da oportunidade e a especificação do projeto são quesitos fundamentais para fazer frente à concorrência industrial como estratégia empresarial inovadora, propondo redução de custos e criação de uma identidade ou estilo no produto.” (BAXTER 1998)

De acordo com Kotler (2001) Produto em administração e marketing, é um conjunto de atributos, tangíveis ou intangíveis, constituído através do processo de produção, para atendimento de necessidades reais ou simbólicas, e que pode ser negociado no mercado, mediante um determinado valor de troca, quando então se converte em mercadoria.

"O projeto de produto começa com o estabelecimento de um problema, cuja expressão mais comum é um conjunto de necessidades das pessoas que se relacionam com o apresentado", identificando que o reprojeto de um produto pode ser aplicado na solução de uma necessidade de mercado e que pode surgir em qualquer fase do ciclo de vida deste produto, podendo ser aplicada em melhorias técnicas, demanda de mercado, de segurança ou efeitos legais”. Bittencourt (2001).

De acordo com Brigham & Houston (1999) citado por Macedo, Lunga e Almeida (2007), os tomadores de decisão têm em vista objetivos específicos. Certamente um dos mais presentes é a maximização da riqueza dos proprietários do empreendimento, que consiste na maximização do valor deste. Isso nos remete ao objetivo principal da gestão financeira que é maximizar o valor do empreendimento, que depende da distribuição no tempo dos fluxos de caixa de seus investimentos. Temos aí, então, o impacto do valor do dinheiro no tempo sobre o valor da empresa.

Para Gitman (2001) citado por Macedo, Lunga e Almeida (2007) na análise de qualquer projeto se faz necessário uma abordagem de viabilidade econômico-financeira. Para isso, se faz importante o entendimento do timing dos fluxos de caixa destes, ou seja, o valor do dinheiro no tempo, que é baseado na idéia de que uma unidade monetária hoje vale mais do que uma outra que será recebida em uma data futura. Isso explica porque deseja-se receber o quanto antes e pagar o mais tarde possível uma determinada quantia que não será reajustada ao longo do tempo.

3 FIANÇA LOCATÍCIA

Conforme normatização da SUSEP (2011) o seguro fiança locatícia garante o pagamento de indenização, ao Segurado, dos prejuízos que venha a sofrer em decorrência do inadimplemento do Locatário em relação à locação do imóvel urbano mencionado na apólice, respeitadas as disposições, as coberturas e os limites definidos em contrato. O objetivo é substituir os fiadores, evitando o constrangimento do segurado em depender de terceiros que assumam, solidariamente, os ônus e responsabilidades previstos nos contratos locatícios.

3.1 Histórico do mercado segurador no Brasil

A história do seguro retorna anos antes de Cristo, quando os comerciantes de camelos atravessavam os desertos para vender suas mercadorias e deparavam-se com a morte de alguns animais durante o trajeto. Dessa necessidade, surgiram os primeiros acordos onde os próprios camaleiros substituíam os animais de quem os perdesse. (MAGALHÃES, 1999)

Posteriormente a navegação fenícia desenvolveu o princípio de seguro entre os mares Egeu e Mediterrâneo, dando origem a um tratado que garantia a quem perdesse uma embarcação, a construção ou o pagamento de outro navio pelos participantes da mesma viagem. (MAGALHÃES, 1999)

O primeiro contrato de seguro semelhante ao que conhecemos na atualidade, foi firmado em 1347, em Gênova, com a emissão da primeira apólice de um contrato de seguro de transporte marítimo. Foi o estopim para o desenvolvimento do mercado segurador, impulsionado pela Revolução Industrial, pelas Grandes Navegações prosseguindo com o desenvolvimento de teorias estatísticas e de probabilidades. (VERENA, 2001)

A atividade seguradora no Brasil iniciou-se com a liberação do comércio internacional através a abertura portuária em 1808. Assim, em 24 de fevereiro do mesmo ano, iniciaram-se os trabalhos da "Companhia de Seguros BOA-FÉ", que tinha por objetivo operar no seguro marítimo (SUSEP, 2011).

Com a implantação do Código Comercial Brasileiro em 1850 (Lei 556), teve início o surgimento de novas seguradoras, que tiveram suas atividades baseadas em seguros marítimos, porém desbravando novas áreas do seguro, como o terrestre e o pessoal. Posteriormente em 1862, com a intenção de proteger os interesses econômicos brasileiros, foi instaurada a lei 294, que previa que as reservas técnicas das seguradoras constituídas no país,

fossem aplicadas em território nacional, para garantir os riscos aqui assumidos (SUSEP, 2011).

Em 1901, o Decreto nº 4.270, conhecido como "Regulamento Murtinho", normatizou o funcionamento das companhias de seguradoras existentes e as constituídas a partir daí. Com ele criou-se "Superintendência Geral de Seguros", subordinada ao Ministério da Fazenda, que passou a organizar e disciplinar as questões dos seguros, através de fiscalização preventiva através autorizando o funcionamento das companhias ou repressiva, inspecionando periodicamente as mesmas (SUSEP, 2011).

O "contrato de seguro" teve uma atenção especial no "Código Civil Brasileiro" em 1916 quando a Lei nº 3.071 foi sancionada. Essa lei formulou preceitos através do Código Comercial e do Código Civil com o objetivo de garantir os direitos e obrigações das partes envolvidas, além de fixar regras essenciais dos contratos de seguros. Os preceitos formulados por esses códigos em conjunto foram responsáveis pela composição do chamado Direito Privado do Seguro (SUSEP, 2011).

Foi somente com o Estado Novo e com a promulgação da Constituição de 1937, que criou-se os seguros para comerciantes, industriais, serviços públicos, pessoas físicas e jurídicas com o intuito de protegê-los dos riscos de incêndio e transportes. Sendo que em 1939, foi implantado o marco dos seguros no Brasil com a criação do IRB (Instituto de Resseguros do Brasil), um órgão de proteção contra as responsabilidades que excedem a capacidade de retenção própria das seguradoras (IRB, 2011).

O IRB proporcionou um aumento da competitividade entre as seguradoras através do estabelecimento de baixos limites de retenção e a criação do excedente único. Assim, empresas pouco capitalizadas passaram a ter condições de participar desse mercado antes pouco capitalizado, uma vez que tinham a segurança da cobertura automática do IRB (IRB, 2011).

O IRB foi muito eficaz, inicialmente, porém aos poucos esse modelo foi apresentando falhas e o IRB foi se modificando, passando assim a desempenhar muito mais que suas funções iniciais, acabou-se tornando além de um órgão ressegurador também um órgão regulador. (SILVA, 2004)

Porém a partir daí viu-se a necessidade de criação de um órgão próprio para controlar e fiscalizar as sociedades seguradoras. Com isso, em 1966, o governo instituiu um sistema próprio para fiscalizar e controlar não só o funcionamento como também a constituição das sociedades seguradoras e das entidades abertas de previdência privada, o Sistema Nacional de

Seguros Privados. Esse sistema contava com dois órgãos, o Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) e a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP, 2011).

Com a criação dessa estrutura, o governo diretamente através da SUSEP, assumiu poderes para controlar os agentes de seguros que atuassem de forma a prejudicar o mercado ou os consumidores de seguros. Desse modo, durante os primeiros anos de criação da SUSEP houve conflitos com os trabalhos do IRB, pois os dois órgãos passaram a dividir as atribuições que antes eram apenas do IRB. (SUSEP, 2011)

Entre os anos de 1970 à 1974 o governo reduziu o número de seguradoras, com o objetivo de fortalecê-las. Isso devido a 3 sinistros na década de 60 que quase destruíram o mercado de seguros no Brasil, os incêndios à TV Paulista e às fabricas Marilu e Volkswagen (IRB, 2011).

No início da década de 80, com a inflação altíssima os seguros foram perdendo seu valor e a procura por esses produtos caiu bruscamente. Já no final dessa década, com uma SUSEP fortalecida o mercado começou a mudar e o órgão conseguiu implementar mudanças significativas, entre elas a indexação dos contratos à correção monetária, o que novamente fez com que os seguros se tornassem atrativos (SUSEP, 2011).

É observado que diversas mudanças aconteceram, principalmente na década de 90, entre elas a publicação da Carta de Brasília, uma declaração com importantes princípios para a atividade de seguros e o Plano Diretor do Sistema de Seguros, Capitalização e Previdência Complementar., que reafirmava a importância da desregulamentação da atividade seguradora e defendia a modernização da mesma, entre outras medidas. (VERENA, 2001)

Já o ano de 1996 foi um marco para a atividade seguradora no Brasil, pois foram implementadas duas medidas importantes que modificaram o mercado como um todo. A primeira foi a liberação da entrada de empresas estrangeiras no mercado e a segunda, apresentada pela Emenda nº 13 à Constituição Federal, colocou um fim ao monopólio da IRB sobre o resseguro no país (SUSEP, 2011).

Essas medidas adotadas em 1996 e as posteriores regulamentações que complementaram o processo de abertura do mercado de resseguros levou o país e principalmente esse setor a uma aproximação com o mercado mundial, visto que as maiores economias do mundo atualmente, contam com capital externo. (MAGALHÃES, 1999)

No mercado imobiliário, até 1979, existiam apenas duas opções para a garantia locatícia: o fiador e o caução. Essas opções não estavam satisfazendo as necessidades dos locadores e das imobiliárias. Surge aí através de uma oportunidade, o seguro fiança locatícia. Criado através da resolução 14/1979, passou a ser de forma satisfatória, uma garantia eficiente e confiável para a atividade comercial: locação imobiliária. (MAGALHÃES, 1999)

De acordo com o IRB, apesar do seguro fiança locatícia ter sido criado em 1979, este só começou a ser comercializado em 1985 e atingiu entre 1995 a 2003 o impressionante número de 71 empresas atuantes no mercado. Hoje, o país conta com 24 seguradoras que oferecem o produto, porém apenas 3 ofertam o produto no seu portfólio, as outras utilizam-o apenas em casos especiais (IRB, 2011).

3.2 Principais Agentes

Porto Seguro

A empresa foi fundada por um grupo de executivos, em 1945, contava com 50 funcionários e exercia suas atividades com o nome de Porto Seguro Companhia de Seguros Gerais. Inicialmente, trabalhava com seguros e resseguros de ramos elementares. Em 1972, a Porto Seguro ocupava a 44ª posição no ranking do mercado de seguros, quando o ex-diretor do grupo Boa Vista de Seguros, Abraão Garfinkel, adquiriu o controle da empresa. (MAGALHÃES, 1999)

Hoje em dia, a Porto Seguro atua em todos os ramos de seguro: Automóvel, Saúde Empresarial, Patrimonial, Vida e Transportes e conta com 10 mil funcionários e 10 mil prestadores. Além de uma sede no Uruguai a Corporação possui 135 filiais e escritórios regionais e as empresas: Porto Seguro, Porto Seguro Saúde, Porto Seguro Vida e Previdência, Porto Seguro Uruguay, Azul Seguros e Itaú Auto e Residência, isso para atender cerca de 20 mil corretores e 5 milhões de clientes. Merece destaque também outros negócios da Corporação: Consórcio de Imóveis e Automóveis, Previdência, Investimentos, Financiamento, Cartão de Crédito, Proteção e Monitoramento, Serviços a Condomínios e Residências e Telecomunicações. (PORTO SEGURO, 2011)

Mapfre Seguros

A Mapfre Seguros é um grupo segurador de maior participação no mercado mundial, atua em 44 países, nos mercados de seguros, resseguros e assistência da América Latina, onde é líder no negócio de seguros patrimoniais com faturamento superior a 20 bilhões de euros em 2010. No Brasil, em 2010, a Mapfre obteve lucro de R\$ 522,1 milhões antes dos impostos e faturamento de R\$ 4,7 bilhões (MAPFRE, 2011).

Representada pelas empresas, Mapfre Vera Cruz Seguradora S/A, Mapfre Vera Cruz Vida e Previdência S.A e Mapfre Seguradora de Garantias e Crédito, a Mapfre Seguros possui uma estrutura de negócios unificada. A Mapfre iniciou suas atividades no Brasil em 1992, quando teve início o processo de incorporação do Grupo Segurador Vera Cruz (MAPFRE 2011).

TABELA 1 – PARCELA DE MERCADO DAS PRINCIPAIS SEGURADORAS ATUANTES NO SEGMENTO FIANÇA LOCATÍCIA - 2009

Seguradora	Market Share (%)
Allianz Seguros S/A	0,03
Berkley International do Brasil	1,6
Bradesco Seguros	0,04
Cia de Seguros Aliança da Bahia	0,01
Companhia Mutual de Seguros	0,27
Generali do Brasil	0,25
Itau Unibanco Seguros S/A	1,06
Liberty Seguros S/A	0,02
Mares - Mapfre Riscos Especiais	2,13
Nobre Seguradora do Brasil	0,06
Porto Seguro Cia de Seguros Gerais	94,43
Tokio Marine Brasil Seguradora S/A	0,05
Yasuda Seguros	0,05
Demais	0,03

Fonte: CASTIGLIONE – Mercado Brasileiro de Seguros Fiança Locatícia

Conforme dados da Tabela 1, o mercado de seguro fiança locatícia brasileiro apesar de possuir um número considerável de seguradoras atuantes no setor possui uma enorme concentração em uma única seguradora, a Porto Seguro Cia de Seguros Gerais. Essa enorme presença (94,43%) deve-se ao fato da mesma atuar de forma mais agressiva no setor do que as concorrentes, que se posicionam de maneira discreta, como é o caso da Mapfre Riscos Especiais (2,13%) seguida pelo Itau Unibanco Seguros S/A (1,06%).

Com relação aos resultados obtidos pelo mercado, podemos observar na tabela 2, serem bem animadores no que diz respeito à ampliação dos prêmios emitidos. Verifica-se que

esse item teve um incremento de praticamente R\$ 16.000.000,00 (15,88%), que pode ser apontado pelo aumento da comercialização do produto no mercado.

O ponto fraco do mercado, ainda segundo a tabela 2, foi a redução da margem do setor, que em 2008 contava com 20% dos prêmios emitidos e em 2009, apresentou 18,45%, apesar da redução em termos percentuais, explicada pelo aumento da sinistralidade em 49,36%, o resultado nominal, em reais, foi positivo, revelando uma ampliação de 31,57%, ou R\$ 4.718.196,00

TABELA 2 - MERCADO SEGURADOR BRASILEIRO, FIANÇA LOCATÍCIA RESULTADOS 2008-2009

	2008	%	2009	%	%09/08
PRÊMIOS EMITIDOS	100.956.681	100	116.989.624	100	15,88
PRÊMIOS RESSEGURADOS	424.319	0,42	635.000	0,54	49,65
PRÊMIOS RETIDOS	100.532.362	99,58	116.354.624	99,46	15,74
INCREMENTO DE PROVISÕES	25.028.315	24,79	9.795.091	8,37	-60,86
PRÊMIOS GANHOS	75.504.047	100	106.559.533	100	41,13
SINISTROS RETIDOS	37.659.451	49,88	56.248.478	52,79	49,36
% RECUPERAÇÃO DE SINISTROS	26,71		29,66		
COMERCIALIZAÇÃO	22.900.162	30,33	30.648.425	28,76	33,83
MARGEM	14.944.434	20	19.662.630	18,45	31,57

Fonte: Castiglione(MRLV), Mercado Segurador Brasileiro , 2009

3.3 O Banco do Brasil

O Banco do Brasil S/A, é uma empresa financeira criada em 1808, após a transferência da corte portuguesa para o Brasil, instaurada através do alvará do príncipe regente D. João. Hoje com aproximadamente 203 anos, encerrou 2010, como líder no Sistema Financeiro Nacional, com destacada atuação financiamento rural e pessoal. (site: <http://www.bb.com.br/>)

TABELA 2 - PRESENÇA DOS BANCOS NO BRASIL 2011

Instituição	Agências	Alta Renda	Coban
Banco do Brasil	4990	113	23.572
Bradesco	3344	284	36.486
Caixa	2217	0	36791
Itau	3572	186	8.415
Santander	2405	0	4.799

Fonte: Bacen. Disponível em <http://www.bc.gov.br>

Atualmente conta com praticamente 5000 agências (TABELA 2), sendo que somente na cidade de São Paulo são 348 agências da rede Varejo e 23 agências do segmento Estilo, além de 734 correspondentes bancários (COBAN)(TABELA 3) possuindo assim uma alta capilaridade em sua rede de atendimento justificando a intenção da implementação do produto na capital paulista.

TABELA 3 - PRESENÇA DOS BANCOS NA CIDADE DE SÃO PAULO 2011

Instituição	Agências	Alta Renda	Coban
Banco do Brasil	348	23	724
Bradesco	418	83	1.385
Caixa	198	0	2895
Itau	560	73	673
Santander	436	0	262

Fonte: Bacen. Disponível em <http://www.bc.gov.br>

No ramo de seguros atua através de sua coligada, a BB Seguros (Aliança do Brasil), criada em 1997, atua em todo território nacional através da rede de agências do Banco do Brasil) desenvolvendo soluções em seguros e segurança através de mais de 40 tipos de produtos em diversos ramos da segurança patrimonial e pessoal.

Em 2010, foi criado o grupo segurador Banco do Brasil & Mapfre, integrando as empresas de seguros das duas corporações. Atualmente em processo de finalização, a nova empresa surge ocupando a liderança nos ramos Rural, Vida (descontados os planos VGBL) e a segunda posição em Seguros Gerais.

4 MERCADO IMOBILIÁRIO

Nesta seção trataremos da contextualização do mercado imobiliário na cidade de São Paulo. Serão tratados dados da referida cidade, pela importância, representatividade da mesma no cenário nacional e pela disponibilidade de dados estatísticos e estudos já realizados pelo mercado.

A cidade de São Paulo de acordo com o IBGE (2010) possui cerca de 10.886.518 habitantes em seus 1.530 quilômetros quadrados de extensão. Responde por 17,31% do PIB nacional, o que significa R\$ 357.116.681 mil. Quanto ao mercado imobiliário, ainda de acordo com o IBGE (2000)(dados ainda não divulgados pelo censo 2010) , a cidade possui 2.985.977 imóveis residenciais, sendo que 2.071.774 são próprios, 645.004 são destinados a locação 188.036 estão cedidos, e 81.136 estão em outras condições de ocupação que inclui da informalidade da locação.

Ao ampliar o universo a ser explorado para a região metropolitana de São Paulo, a quantidade de imóveis existentes salta para 5.956.000, compostos de 4.413.396 (74,1%) são próprios, 1.173.332 (17,3%) estão alugados e 369.272(6,2%) estão cedidos ou sob outras formas de ocupação, conforme apresenta a Tabela 4.

TABELA 4 - DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES URBANOS, TOTAL E RESPECTIVA DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL, POR CONDIÇÃO DE OCUPAÇÃO, SEGUNDO AS AS GRANDES REGIÕES, UNIDADES DA FEDERAÇÃO E REGIÕES METROPOLITANAS – 2008

Grandes Regiões, Unidades da Federação e Regiões Metropolitanas	Domicílios particulares permanentes urbanos				
	Distribuição percentual, por condição de ocupação (%)				
	Total (1000)	Próprio	Alugado	Cedido	Outra
Brasil	48905	74,1	19	6,4	0,5
Norte	3125	79,1	14,3	6,4	0,3
Nordeste	11104	75,6	17,8	6,1	0,4
Sudeste	23439	72,9	19,9	6,6	0,6
São Paulo	23439	72,9	19,9	6,6	0,6
Região Metropolitana de São Paulo	5956	74,1	19,7	5,2	1
Sul	7523	76,5	17,3	5,7	0,6

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de domicílios 2009 - Adaptado pelo Autor.

Considerando que um percentual considerável de residências na cidade de São Paulo possuem contratos de aluguel vigentes, e que este é o mercado interessante para o produto em

questão, hão de ser considerados, os valores que essas famílias despendem para manutenção dessa condição.

A tabela 5 apresenta o valor pago de um aluguel, por m2, na cidade de São Paulo. Considera-se algumas discrepâncias nas regiões analisadas, sendo que na região Sul-A, foi observado o maior valor entre as pesquisadas, com R\$ 29,89/m2, e a região Norte concentrou o menor valor, R\$ 7,42, seguida de perto pela região Leste-B. Porém comprova-se que a cidade possui uma das áreas mais caras do Brasil.

TABELA 5 - ALUGUÉIS EM FAIXAS DE VALORES EM R\$ POR M2 - AGOSTO DE 2011

Região	1 DORMITÓRIO				2 DORMITÓRIOS				3 DORMITÓRIOS			
	BOM		REGULAR		BOM		REGULAR		BOM		REGULAR	
	MÁX.	MIN.	MÁX.	MIN.	MÁX.	MIN.	MÁX.	MIN.	MÁX.	MIN.	MÁX.	MIN.
Centro	23,23	22,55	18,45	17,86	23,23	21,23	18,02	17,05	21,9	19,17	18,38	13,7
Leste - A	16,78	14,18	15,7	13,49	18,76	15,94	16,76	15,09	18,94	8,5	17,91	7,5
Leste - B	13,01	12,36	11	10,21	13,55	10,89	11,66	8,69	13,37	11,36	11,41	10,27
Norte	17,79	13,99	14,78	11,81	7,42	14,22	14,51	11,46	17,03	15,92	14,61	13,15
Oeste - A	26,39	20,45	25,62	16,88	24,22	21,8	22,65	20,38	25,21	23,28	22,17	19,95
Oeste - B	17,42	15,08	16,53	11,31	16,48	12,61	14,33	9,33	16,26	15,41	14,4	12,96
Sul-A	29,89	22,73	27,08	19,5	28,64	24,19	23,74	20	29,08	24,22	23,07	20,76
Sul-B	18,74	13,62	16,44	11,64	17,46	14,16	14,98	10,75	16,45	15,63	14,88	13,39

Centro: Barra Funda, Bom Retiro, Cambuci, Centro, Liberdade, Pari, Santa Cecília.

Leste A: Alto da Moóca, Belém, Moóca, Tatuapé.

Leste B: Artur Alvim, Brás, Cangaíba, Ermelino Matarazzo, Itaim Paulista, Itaquera, Jardim Aricanduva, Penha, São Mateus, São Miguel Paulista, Sapopemba, Vila Carrão, Vila Formosa, Vila Matilde, Vila Prudente.

Norte: Brasilândia, Casa Verde, Freguesia do Ó, Limão, Mandaqui, Pq Edu Chaves, Santana, Tremembé, Tucuruvi, V. Campo Limpo, Cidade Ademar, Interlagos, Ipiranga, Moinho Velho, Pedreira, Sacomã, São João Clímaco.

Oeste A: Alto Lapa, Alto Pinheiros, Lapa, Perdizes, Pinheiros, Pompéia, Sumaré, V. Leopoldina, V. Madalena.

Oeste B: Butantã, Jaguaré, Perus, Pirituba

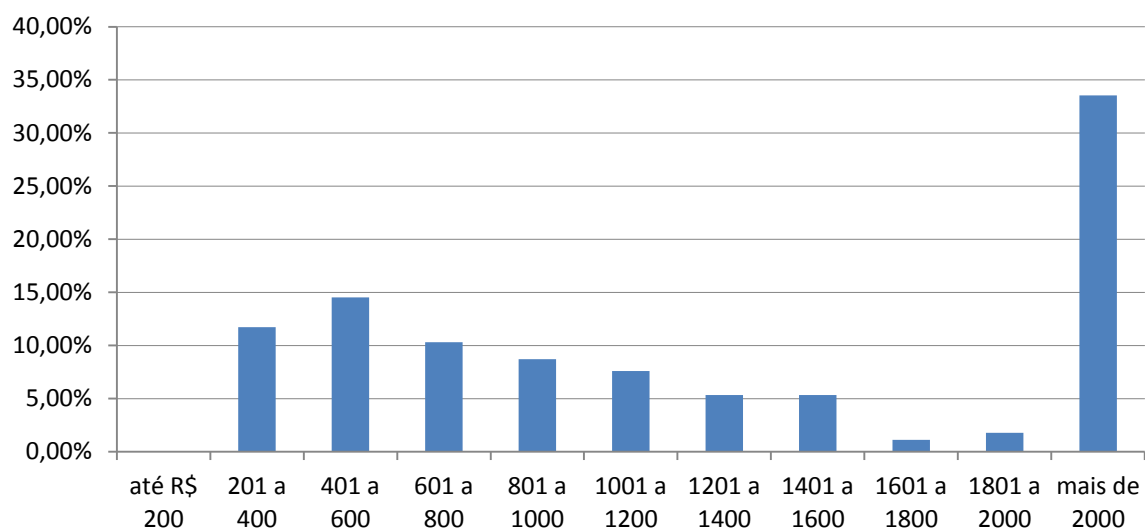
Sul A: Aclimação, Bosque da Saúde, Chácara Santo Antônio, Higienópolis, Itaim, Jardim da Saúde, Jardins, Moema, Morumbi, Paraíso, Real Parque, Saúde, Vila Mariana, Vila Olímpia.

Sul B: Campo Limpo, Cidade Ademar, Interlagos, Ipiranga, Moinho Velho, Pedreira, Sacomã, São João Clímaco, Vila das Mercês, Vila Gumercindo.

Fonte: Secovi-SP

Seguindo a linha de valor do aluguel em São Paulo, o gráfico 1 apresenta o percentual dos imóveis alugados de acordo com o valor pago. De acordo com o mesmo, cerca de 35% dos imóveis alugados estão acima de R\$ 2000,00/mês, em média o valor do contrato na cidade situa-se em torno de R\$ 1500,00/mês. com isso podemos comprovar a premissa do alto valor do aluguel dos imóveis na cidade e a necessidade de uma segurança forte para os contratos de locação.

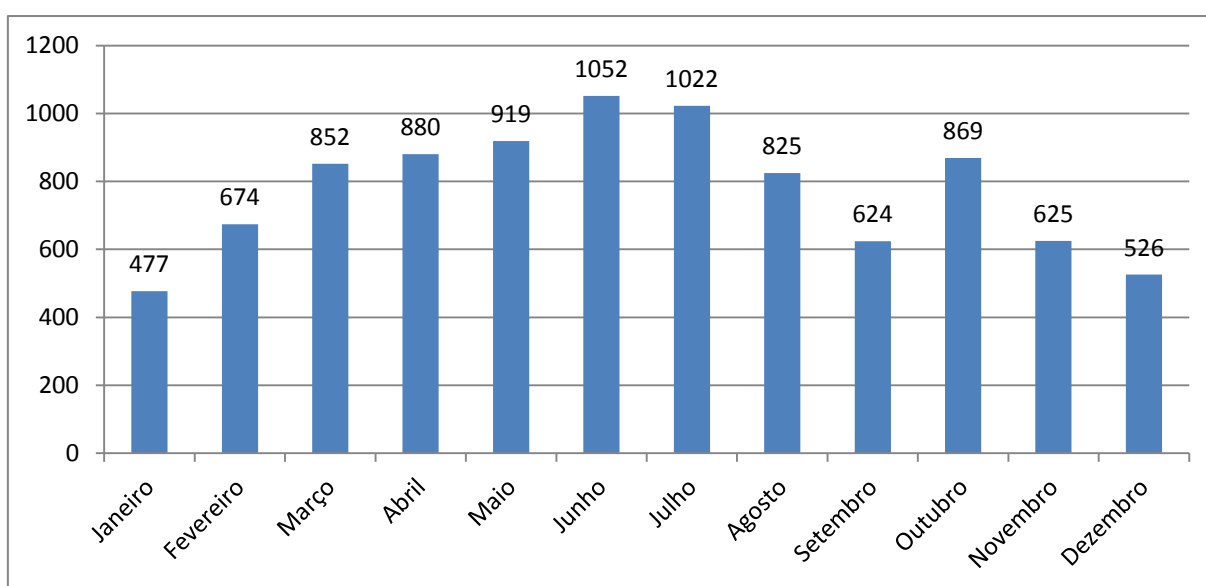
GRÁFICO 1 – LOCAÇÃO POR FAIXA DE VALOR NA CIDADE DE SÃO PAULO – JULHO/2011.



Adaptado pelo autor – Fonte: Creci-SP

A questão de se morar em um imóvel alugado também está relacionado à preferência do locatário. Muitas vezes, o indivíduo prefere aplicar seus recursos no sistema financeiro do que imobilizá-los em um imóvel, sendo que em tempos de grande especulação imobiliária e valores dos imóveis em alta, torna-se mais vantajoso com os rendimentos de uma aplicação, arcar com o pagamento do aluguel do que possuir um imóvel.

GRÁFICO 2 – QUANTIDADE DE IMÓVEIS ALUGADOS EM SÃO PAULO - 2009



Fonte: Elaborado pelo autor, dados coletados Pesquisa CreciSp Janeiro à Dezembro – 2009

Verifica-se também uma crescente nos preços praticados conforme Tabela 6, é possível encontrar períodos com variações superiores a 2%, e no período observado, 18 meses ocorre um incremento de 17,04%. Os sucessivos aumentos podem acarretar dificuldades para o inquilino cumprir com as obrigações estabelecidas em contrato, ampliando a inadimplência.

TABELA 6 - EVOLUÇÃO DO VALOR MÉDIO DE LOCAÇÃO RESIDENCIAL

Período	Var. Mensal(%)	Índice	Var. Ult 12 meses(%)
jan/10	0,2	144,4014	8,83
fev/10	0,4	144,979	8,4
mar/10	2	147,8786	10,02
abr/10	1,7	150,3925	11,44
mai/10	0,4	150,9941	11,55
jun/10	0,3	151,4471	11
jul/10	0,8	152,6586	10,89
ago/10	1,3	154,6432	11,44
set/10	1,7	157,2721	12,77
out/10	0,4	157,9012	11,77
nov/10	1,6	160,4276	12,88
dez/10	1,9	163,4758	13,44
jan/11	1,2	165,4375	14,57
fev/11	0,9	166,9264	15,14
mar/11	2,1	170,4319	15,25
abr/11	2,2	174,1814	15,82
mai/11	1,2	176,2715	16,74
jun/11	1	178,0343	17,56
jul/11	1,3	180,3487	18,14
ago/11	0,4	181,0701	17,09

Fonte: Secovi - Sp

Número índice – base 100 = dez/04

Inadimplência essa, referida na Tabela 7, que mostra o número de ações judiciais de despejo ocorridas na cidade de São Paulo em três meses de 2011. Sendo o que mais impressiona é o aumento significativo nos últimos meses e o acumulado em 2011 (até agosto) já se compara ao total verificado em 2010.

Outro fator que deve ser analisado é que a maior parte das ações de judiciais tem como fato gerador, a falta de pagamento, sendo responsável por cerca de 79% dos casos apresentados em 2011 e 84,2% em 2010. Apesar da redução percentual, o índice ainda encontra-se muito elevado.

TABELA 7 - AÇÕES JUDICIAIS PROPOSTAS EM SÃO PAULO

	Mensal			Acumulado	
	mai/11	jun/11	jul/11	2010	2011
Consignatória	19	11	9	128	110
Falta de Pagamento	1367	1150	1459	10516	8953
Ordinária	283	228	271	1358	1756
Renovatória	88	60	83	486	521
Total	1757	1449	1822	12488	11340

Fonte: Secovi – SP

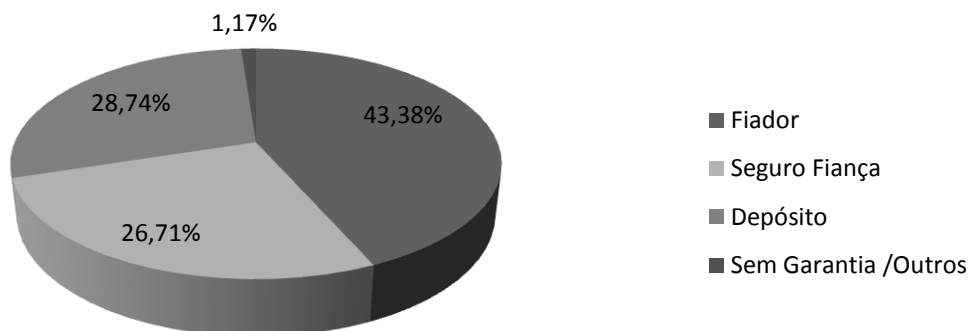
Para que viabilizem-se os negócios imobiliários em questão são exigidos dos locatários garantias que comprovem a capacidade de honrar os compromissos contratuais. Essas garantias são praticadas de acordo com o estabelecido pelo proprietário/administradora do imóvel e devem estar de acordo com a Lei do Inquilinato¹.

Art 37. No contrato de locação, pode o locador exigir do locatário as seguintes modalidades de garantia: I – Caução, II – Fiança; III – Seguro de Fiança Locatícia.

Parágrafo único. É vedada, sob pena de nulidade, mais de uma das modalidades de garantia num mesmo contrato de locação.

Art 41. O seguro de fiança locatícia, abrangerá a totalidade das obrigações do locatário.

GRAFICO 2 – GARANTIAS DOS CONTRATOS FIRMADOS EM SÃO PAULO – DEZEMBRO/2010



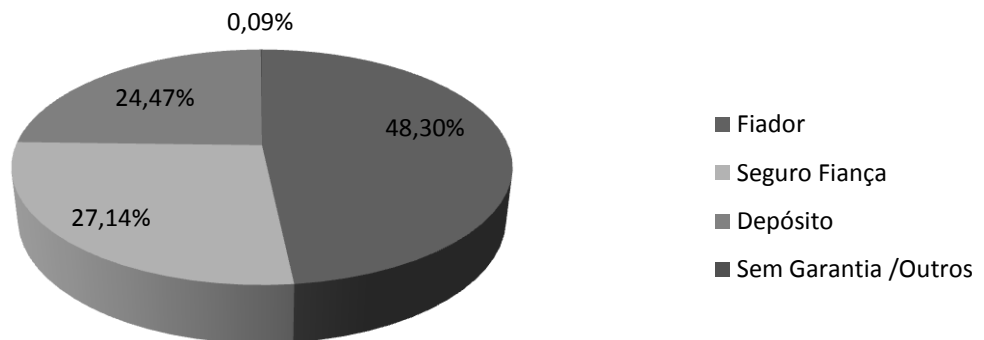
Elaborado pelo autor – dados Creci-SP

Os gráficos 2 e 3 mostram a composição dessas garantias nos contratos firmados em dezembro de 2010 e julho de 2011, na cidade de São Paulo. No Gráfico 2, podemos verificar que o seguro-fiança representava a terceira opção na preferência dos locatários/locadores.

¹ O seguro-fiança está previsto no art. 37, inc. III, da atual Lei do Inquilinato (Lei n. 8.245, de 18/10/91, publicada no DOU.21/10/1991). Sua regulamentação foi feita pela Circular n. 1, de 14/1/92, da SUSEP - Superintendência de Seguros Privados, que aprovou as condições do seguro.

Posteriormente no gráfico 3, podemos notar a ampliação na parcela de mercado do produto. Ampliação esta, que apesar de pequena torna-se considerável se analisarmos que ocorreu praticamente o fim dos contratos sem garantia e a diminuição da participação do depósito/caução.

GRAFICO 3 – GARANTIAS DOS CONTRATOS FIRMADOS EM SÃO PAULO – JULHO/2011



Elaborado pelo autor – dados Creci-SP

5 IMPLEMENTAÇÃO/COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO

Nesta etapa trataremos da definição do produto Fiança Locatícia, já disponível no portfólio de produtos comercializados pelo Banco do Brasil, porém com a ampliação para a rede de clientes bem como a sua implementação e comercialização.

Definiremos o produto nos moldes já consolidados pela empresa, como forma de reduzir os custos de criação de um novo serviço, comparando-o com os disponíveis no mercado. Analisaremos apenas a comercialização para o segmento pessoa física.

Por se tratar de um mercado promissor e com concorrência pouco diversificada, foi detectada a necessidade de um novo concorrente, com capacidade de atuar de modo eficaz, unindo a experiência e credibilidade da empresa no mercado, à facilidade de comercialização e a possibilidade de oferecer ao consumidor uma alternativa diferenciada no mercado de seguros.

O conceito do produto é ser um seguro que visa substituir a garantia pessoal, dada por pessoa física ou jurídica, em contratos de locação de imóveis. Cobre o risco de inadimplemento, em razão do não pagamento dos aluguéis e encargos contratuais, expressos nas cláusulas específicas de cada cobertura contratada na razão de até 30 vezes o valor do aluguel.

As coberturas disponíveis para a contratação são: a básica de inadimplemento (indispensável) e as adicionais podendo ser incluídos os danos ao imóvel e as multas contratuais. Como impedimento à contratação está o comprometimento da renda familiar, o que não pode ultrapassar 30% da renda familiar bruta. Dessa forma diminui-se o risco de inadimplência, tanto do produto, quanto dos encargos locatícios.

Algumas seguradoras exigem o pagamento de tarifa de análise de cadastro, com valores que variam de R\$ 30 à R\$ 60.

Quanto à vigência essa pode ser estendida até 60 meses, conforme contrato de aluguel estipulado entre as partes. Assim os riscos cobertos estão garantidos mesmo após o vencimento da apólice, até a extinção das obrigações do garantido, desde que os sinistros tenham ocorrido dentro do período de vigência da apólice. Essa medida visa reduzir o valor do seguro, proporcionando uma tranquilidade maior para o proprietário.

De acordo com a legislação vigente, o seguro fiança possui tributação ao segurado em forma de IOF (imposto sobre operações financeiras) na ordem de 7,38% sobre o prêmio líquido.

5.1 Precificação e Rentabilidade do Produto

Segue abaixo uma simulação da precificação do produto em questão para embasar a continuidade desse trabalho. Estabelecemos um valor médio mensal de aluguel de R\$ 1800, tomando como referência a Tabela 1 e o Gráfico 1. Definido também o prazo mínimo de um contrato de aluguel com sendo de 1 ano. Para isso temos o quadro 1:

QUADRO 1 - PRECIFICAÇÃO DO PRODUTO

Valor Mensal do aluguel	R\$ 1.700,00
Encargos Contratuais	R\$ 170,00
IPTU	
Telefone	
Energia Elétrica	
Outros	
<hr/>	
Total	R\$ 1.870,00
<hr/>	
Coberturas	
Obrigatória (Inadimplência) (Total x 0,2498)	R\$ 467,12
Complementar (Danos ao Imóvel) (VA x 0,1686)	R\$286,62
Complementar (Multas Contratuais) (VA x 0,2816)	R\$ 478,72
Prêmio Líquido	R\$1232,46
IOF	R\$ 90,96
Prêmio Total	R\$ 1.323,41

Elaborado pelo Autor – Fonte BB

O quadro 1 faz uma simulação do preço ao consumidor de um seguro fiança locatícia para um contrato com prazo de 1 ano, e um aluguel mensal de R\$ 1700,00 somados à R\$ 150,00 de encargos contratuais (10%). Não foram incluídos no cálculo as demais coberturas possíveis (iptu, telefone, energia elétrica) por não existirem dados consistentes para estimá-los, além de não serem significativos para a conclusão do trabalho.

O prêmio líquido resulta da soma dos prêmios individuais de cada cobertura (Inadimplência, Danos ao Imóvel e Multas Contratuais), sendo que para cada uma aplica-se um coeficiente específico que mede a sinistralidade do mercado verificada. Acrescido ao mesmo os 7,38 % (IOF) tem-se o prêmio total a ser pago pelo consumidor.

QUADRO 2 - CÁLCULO DA IMPORTÂNCIA SEGURADA

IS – Inadimplência (30 x Total)	R\$ 56.100
IS - Danos ao Imóvel (VA x 6)	R\$ 10.200
IS - Multas Contratuais (VA x 3)	R\$ 5.100
Importância Segurada	R\$ 71.400

Elaborado pelo Autor – Fonte BB

Já o Quadro 2 nos mostra o aspecto interessante ao consumidor, suas importâncias seguradas em caso de sinistro. Quanto à inadimplência, o valor é correspondente a trinta vezes o total segurado na primeira parte do Quadro 1 (Valor mensal do aluguel, Encargos, Condomínio, Energia e IPTU), com relação à danos causados ao imóvel o produto apresenta uma cobertura de seis vezes o valor mensal do aluguel e às multas contratuais, 3 vezes o valor mensal pago com a locação do imóvel.

Na tabela abaixo foram realizadas projeções financeiras da implantação do produto de acordo e seu retorno nos primeiros cinco anos de sua implementação. Os dados foram coletados de acordo com as informações apresentadas neste trabalho.

A quantidade de imóveis alugados refere-se ao número de imóveis alugados na cidade de São Paulo no ano de 2009 (gráfico 2), os valores não apresentam alterações durante os cinco anos referidos na tabela 7. Já o percentual de imóveis alugados com seguro fiança retrata a posição atual do mercado imobiliário paulistano conforme demonstrado no Gráfico 4 (página 24).

Quanto a margem do mercado, remete aos valores da tabela 2 (página 19) e diz respeito à margem de lucro do produto segundo dados de 2009. Há de considerar-se no item volume total de prêmios, que o item no ano 1 considera apenas o valor do prêmio pago, multiplicado pelo número de imóveis com fiança e posteriormente nos anos seguintes foi incluído 15,88% de reajuste conforme verificado na tabela 2 como sendo o incremento no valor dos prêmios pagos entre 2008 e 2009.

A seguir estão descritas três hipóteses de aumento na participação do mercado pela instituição após 5 anos. Projeções essas que tratam da mais otimista à mais conservadora (pessimista). Importante considerar que como trata-se de um produto novo, e os contratos estimados possuem vigência de um ano, foram estimados como renovados no ano seguinte, proporcionando um incremento no valor dos prêmios pagos e conseqüentemente na margem de lucro observada.

TABELA 7 – PROJEÇÕES DA RECEITA E MARGEM DE LUCRO ESPERADA

Cenário Otimista	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Imóveis Alugados	9345	9345	9345	9345	9345
Imóveis com Fiança (27,14%)	2536	2536	2536	2536	2536
Valor Estimado de Prêmio Pago	1323,41	1323,41	1323,41	1323,41	1323,41
Volume Total de Prêmios	3356168	3889127,2	4506721	5222388	6051703
Penetração do Mercado	3%	10%	18%	25%	30%
Receita Esperada	100685	388912,72	811209,7	1305597	1815511
Margem do Mercado (18,45%)	18576,39	71754,397	149668,2	240882,6	334961,8
Margem Acumulada	18576,39	90330,785	239999	480881,6	815843,4

Cenário Moderado	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Imóveis Alugados	9345	9345	9345	9345	9345
Imóveis com Fiança (27,14%)	2536	2536	2536	2536	2536
Valor Estimado de Prêmio Pago	1323,41	1323,41	1323,41	1323,41	1323,41
Volume Total de Prêmios	3356168	3889127,2	4506721	5222388	6051703
Penetração do Mercado	2%	5%	8%	11%	14%
Receita Esperada	67123,36	194456,36	360537,6	574462,7	847238,4
Margem do Mercado (18,45%)	12384,26	35877,198	66519,2	105988,4	156315,5
Margem Acumulada	12384,26	48261,457	114780,7	220769	377084,5

Cenário Pessimista	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Imóveis Alugados	9345	9345	9345	9345	9345
Imóveis com Fiança (27,14%)	2536	2536	2536	2536	2536
Valor Estimado de Prêmio Pago	1323,41	1323,41	1323,41	1323,41	1323,41
Volume Total de Prêmios	3356168	3889127,2	4506721	5222388	6051703
Penetração do Mercado	1%	2%	3%	4%	5%
Receita Esperada	33561,68	77782,544	135201,6	208895,5	302585,2
Margem do Mercado (18,45%)	6192,13	14350,879	24944,7	38541,22	55826,96
Margem Acumulada	6192,13	20543,009	45487,71	84028,93	139855,9

Elaborado pelo Autor

Por considerarmos a dificuldade de mensurar os custos da implementação do produto em uma empresa que possui a estrutura necessária para a comercialização, as estimativas foram feitas através da média da margem de lucro apurada no mercado. Margem esta que foi calculada através da média dos prêmios recebidos deduzidos os custos de comercialização e o índice de sinistralidade.

5.2 Distribuição e Comercialização

Como ponto forte desta etapa ressalta-se a capilaridade da rede de agências da instituição. Presente nos mais diversos locais e em centenas de pontos de atendimento (vide

tabelas 2 e 3), a distribuição através desse canal, proporciona um custo menor na comercialização e conseqüentemente uma maior rentabilidade.

Quadro 3– PONTOS FORTES E FRACOS DOS CANAIS DECOMERCIALIZAÇÃO

	Forças	Fraquezas
Agências	Baixo Custo Quantidade de Agências Relacionamento com o cliente	Diversidade de Produtos Comercializados Pouca Especialização
Imobiliárias	Proximidade com consumidor Condicionado aos negócios	Menor Interesse Pouca Especialização
Corretoras	Agressividade nas vendas Alta Especialização	Custo Variável

Outra vantagem da colocação do produto através das agências é a facilidade na análise do risco do cliente, onde o mesmo já possui certo nível de relacionamento, histórico de inadimplência e consumo de outros produtos.

A grande dificuldade nessa etapa consiste em identificar o cliente propenso ao consumo do produto, pois o banco não está diretamente ligado ao bem final que é a locação do imóvel. Uma alternativa para isso, seria a prospecção do pagamento mensal dos aluguéis nos terminais de auto-atendimento e baterias de caixa, para realização de um contato posterior na época do vencimento do contrato.

Outra desvantagem seria o fato da multiplicidade de produtos no portfólio da instituição, o que dificulta uma perfeita especialização por parte dos funcionários, muitas vezes desconhecendo aspectos do produto, sendo passíves de não concretização do negócio.

Outra forma de estabelecer uma proximidade maior do mercado consumidor é a rede de corretoras de imóveis e imobiliárias. Uma importante estratégia é a parceria com esse setor, já que está diretamente ligado ao consumidor final do produto e aos proprietários de imóveis.

Uma terceira alternativa é a distribuição através de corretoras de seguros que oferecem os produtos de diversas seguradoras. Dessa forma, aumenta-se os custos da comercialização, já que as corretoras recebem parte da receita gerada pela venda do produto. Por outro lado, essa perda pode ser recompensada no volume de vendas, pois através de remuneração variável as corretoras tendem a ser mais agressivas na comercialização.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar o produto seguro fiança locatícia e sua possibilidade de comercialização na rede de agências do Banco do Brasil com base em um estudo do mercado segurador brasileiro, comparativamente ao mercado imobiliário paulistano.

Analisando o produto em questão, foi identificada uma oportunidade de difundí-lo comercialmente na rede de agências do Banco do Brasil, dada a extensa participação da instituição nos mais diversos pontos de atendimento e sua importância no mercado de seguros e serviços financeiros. Outras estratégias também foram relacionadas, como a parceria com imobiliárias e corretoras de seguros.

Essa oportunidade pode ser verificada através de dados coletados junto ao mercado imobiliário que possui perspectivas otimistas no que diz respeito à locação de imóveis. Cenário este proporcionado pela alta do valor venal dos imóveis, aumento populacional e a carência por moradia verificada na capital paulista.

Quanto ao mercado segurador locatício, percebeu-se um aumento da comercialização do produto, resultado de sua maior aceitação tanto pelos proprietários como pelos locatários, sendo reconhecido como solução para as necessidades dos mesmos. Verificou-se ainda uma pequena quantidade de seguradoras envolvidas na distribuição do produto e uma concentração muito grande na comercialização por uma única empresa, fato considerado uma facilidade à entrada no mercado.

Outra facilidade verificada é que com a utilização da estrutura já disponível pela instituição e o produto nos moldes do comercializado hoje apenas às imobiliárias, proporciona uma economia de custos, tornando-os praticamente nulos.

Com base nessa hipótese foi realizada uma projeção de receitas e lucros em um horizonte de 5 anos, tomando-se por base 3 perspectivas de sucesso na implementação. A projeção considerou como de comercialização e índice de sinistralidade observados no mercado em anos anteriores. Em ambas, foi constatado a criação de receita e lucro para a instituição.

Os riscos constatados como ameaças ao projeto, são o aumento da inadimplência no setor imobiliário, que acarretaria um aumento na sinistralidade, ou ainda a redução no valor dos imóveis, diminuindo conseqüentemente os domicílios alugados. O baixo custo da

implementação em uma instituição já consolidada, justificaria uma tentativa de inclusão, mesmo que sem sucesso, no mercado.

Foi apurado ainda uma grande carência de informações na área de mecanismos seguradores no mercado imobiliário, talvez por tratar-se de um produto novo quando comparado à outros ramos de seguros. Porém conclui-se haver um mercado promissor e aberto à novas pesquisas sobre o assunto.

BIBLIOGRAFIA

CASTIGLIONE, L. R. O mercado brasileiro de Seguros. Fiança Locatícia. Segs. São Paulo. 2009

CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS 2ª REGIÃO (CRECI-SP). Pesquisa CRECISP, Imóveis Usados/Venda – Locação Residencial, Estado de São Paulo (2011). Disponíveis em (<http://www.crecisp.gov.br>) Acesso em 05/10/2011

FEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE SEGUROS PRIVADOS E DE CAPITALIZAÇÃO – FENASEG. Disponível em: <http://www.fenaseg.org.br>. Acesso em 16/09/2011.

FUNDAÇÃO ESCOLA NACIONAL DE SEGUROS – FUNENSEG. Apostila Estratégias de Comercialização de Seguros – Rio de Janeiro: Funenseg, 2009

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisas. Disponível em <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em 05/10/2011.

IRB – Instituto de Resseguros Brasileiros. Informações Gerais. Estatísticas. Pesquisas Disponível em <http://www.irb.gov.br> Acesso em 02/10/2011

KOTLER, P. Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 2001

MACEDO, M.A.S.; LUNGA, A; ALMEIDA, K. Análise de Viabilidade Econômico-Financiera de Projetos Agropecuários: O Caso da Implantação de um projeto de produção de produtos agrícolas In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44, 2007, Londrina. Anais do Congresso da XLV SOBER. Londrina: SOBER, 2007. 1 CD.

MAGALHÃES, Raphael de Almeida. O mercado de seguros no Brasil. Rio de Janeiro: Funenseg, 1999.

MAPFRE SEGUROS. Informações Gerais. Disponível em <http://www.mapfre.com.br> Acesso em 15/09/2011

PORTO SEGUROS. Informações Gerais. Estatísticas. Disponíveis em <http://www.mapfre.com.br> Acesso em 15/09/2011

MONEGAGLIA, R.; Garantias locatícias: indispensáveis ou não. Anuário da Justiça 2011 resenha as 256 mais importantes decisões dos tribunais superiores. S.P., 2011.

SILVA, J. C.; A escolha da seguradora para o seguro fiança-locatícia na ótica dos corretores de seguros, Revista Brasileira de Gestão de Negócios – FECAP.

SOUZA NETO, A. F.; FONSECA, F. R. B.; OLIVEIRA, P. A. S. Dimensões do relacionamento e variáveis demográficas: uma investigação com base nas opiniões dos clientes de um grande banco brasileiro In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29., .. Brasília. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2005.

SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS PRIVADOS (SUSEP). Estatística, Sistemas, Definições. Disponíveis em (<http://www.susep.gov.br>) Acesso em 05/04/2011.´

VERENA, Alberti (Coord.). Entre a solidariedade e o risco: história do seguro privado no Brasil, 2.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2001.