



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS ATUARIAIS

ANDRÉ PEREIRA DA ROCHA

SEGURO VIAGEM: A PERCEPÇÃO DOS VIAJANTES NO BRASIL FRENTE
À RESOLUÇÃO CNSP 315/2014

FORTALEZA
2017

ANDRÉ PEREIRA DA ROCHA

SEGURO VIAGEM: A PERCEPÇÃO DOS VIAJANTES NO BRASIL FRENTE À
RESOLUÇÃO CNSP 315/2014

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Atuariais do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Ciências Atuariais.

Orientadora: Profa. Dra. Alane Siqueira Rocha

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

R571s Rocha, André Pereira da.

SEGURO VIAGEM : A PERCEPÇÃO DOS VIAJANTES NO BRASIL FRENTE À
RESOLUÇÃO CNSP 315/2014 / André Pereira da Rocha. – 2017.

62 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará,
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Ciências
Atuariais, Fortaleza, 2017.

Orientação: Profa. Dra. Alane Siqueira Rocha.

1. Serviços turísticos. 2. Seguros viagem. 3. Seguro de pessoas. 4. Riscos. I. Título.

CDD 368.01

ANDRÉ PEREIRA DA ROCHA

**SEGURO VIAGEM: A PERCEPÇÃO DOS VIAJANTES NO BRASIL FRENTE À
RESOLUÇÃO CNSP 315/2014**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Atuariais do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Ciências Atuariais.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Alane Siqueira Rocha (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará

Profa. Dra. Iana Bezerra Jucá
Universidade Federal do Ceará

Profa. Dra. Márcia Zabdiele Moreira
Universidade Federal do Ceará

AGRADECIMENTOS

Para o tempo dedicado a este trabalho fez-se necessário a colaboração de muitas pessoas, pessoas estas que se fizeram presente com o apoio e não tem como não agradecê-las.

Primeiramente a Deus, que sempre presente iluminando cada passo e decisão no meu dia-a-dia.

À minha mãe, com o seu amor eterno.

Ao meu companheiro, J Júnior, pela paciência e motivação para continuar a seguir e chegar até aqui.

À professora Alane Siqueira, minha orientadora, pela paciência e pelo estímulo na construção deste trabalho.

Aos professores que com muita presteza, aceitaram compor a banca examinadora.

Aos meus colegas de curso que mostraram que juntos podemos chegar ao fim e ajudando a se recompor nos percalços desta jornada.

Enfim, a todos que direta ou indiretamente me auxiliaram ao longo do curso deixo meu agradecimento sincero.

RESUMO

É crescente o número de pessoas que viajam para praticar turismo, quer nacional ou internacionalmente. Com a finalidade de minimizar os riscos inerentes às viagens, por vezes para um local desconhecido, com pessoas, linguagens e costumes diferentes, surgiu o seguro viagem. A presente pesquisa tem como objetivo geral analisar o conhecimento do viajante de transporte aéreo sobre o seguro viagem frente à regulamentação do ramo com a Resolução CNSP nº 315/2014 que entrou em vigor em setembro/2016. A metodologia utilizada nesta pesquisa foi à aplicação de questionário pela internet visando, além de traçar o perfil sociodemográfico, entender o comportamento dos viajantes de transporte aéreo frente ao seguro viagem em uma amostra por conveniência. Observou-se, na amostra coletada, a importância na difusão das informações, pois os entrevistados que não aderiram ao seguro viagem se mostraram mais interessados após conhecerem as coberturas. Percebe-se que as coberturas propostas pela Resolução CNSP nº 315/2014 atendem às necessidades dos segurados, mas que o valor do prêmio e a dificuldade em acionar o seguro podem ser fatores que desestimulam sua aquisição, e também por acreditar que o risco envolvido nas viagens ser de responsabilidade das agências de viagens ou das companhias aéreas. Por fim, conclui-se que a Resolução Nº 315/2014, que veio para fiscalizar e proteger os consumidores, possui coberturas básicas vistas pelos entrevistados como importantes.

Palavras-chave: Serviços turísticos, Seguros viagem, Seguro de pessoas, Riscos.

ABSTRACT

There is a growing number of people traveling to practice tourism, nationally or internationally. In order to minimize the risks inherent in travel, sometimes to an unknown location, with different people, languages and customs, the insurance trip arose. The present research has as general objective to analyze the knowledge of the air transport traveler on the insurance trip in front of the regulation of the branch with the Resolution CNSP nº 315/2014 that came into force in September / 2016. The methodology used in this research was the application of a questionnaire through the Internet aiming, in addition to outlining the sociodemographic profile, to understand the behavior of air travelers against safe travel in a sample for convenience. The importance of information dissemination was observed in the sample collected, since the interviewees who did not join the insurance trip were more interested after knowing the coverage. It can be seen that the coverage proposed by CNSP Resolution 315/2014 meets the needs of the insured, but that the value of the premium and the difficulty in triggering the insurance can be factors that discourage its acquisition, and also because it believes that the risk involved in the Trips are the responsibility of travel agents or airlines. Finally, it is concluded that Resolution No. 315/2014, which came to control and protect consumers, has basic coverage considered by the interviewees as important.

Keywords: Tourist services, Travel insurance, Personal insurance, Risks.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1– Sinistralidade do seguro viagem e todos os ramos.....	26
Gráfico 2 – Prêmios ganhos, por região, no seguro viagem no período 2012-2016	27
Gráfico 3– Sinistros, por região, no seguro viagem no período 2012-2016	28
Gráfico 4 – Distribuição dos entrevistados por região do país.	37
Gráfico 5 – Distribuição Etária por Sexo	38
Gráfico 6 – Renda Mensal.....	39
Gráfico 7 – Dependentes econômicos	39
Gráfico 8 - Possui algum outro tipo de seguro e/ou cobertura privada atualmente.....	40
Gráfico 9 – Estudam(ou) ou trabalham(ou) em áreas relacionadas com o acesso a informações sobre o seguro viagem ou seguros	41
Gráfico 10 – Frequência de viagem utilizando o transporte aéreo nos últimos 12 meses.....	42
Gráfico 11 – Coberturas básicas – parte 1	43
Gráfico 12 – Coberturas básicas – parte 2.....	44
Gráfico 13 – Coberturas Facultativas	45
Gráfico 14 – Em algum momento esteve coberto pelo de seguro viagem	46
Gráfico 15 – Motivos para não contratação do Seguro Viagem	47
Gráfico 16 - Após responder a esta pesquisa sobre seguro viagem, você avalia que:	48
Gráfico 17 – Motivo da última viagem em que contratou o seguro viagem	49
Gráfico 18 – Motivação para Adesão do seguro viagem.....	50
Gráfico 19 – O que o levaria a não contratar novamente o seguro viagem	51

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Prêmios e Sinistros do Seguro Viagem	26
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Classificação das empresas turísticas.....	17
Quadro 3 – Riscos que atingem o turista	25
Quadro 4 – Comparativo das coberturas básicas ofertadas pelo seguro viagem a partir da Resolução nº 315/2014.	30
Quadro 5 - Cobertura básicas do Seguro Viagem que são ofertadas em outros seguros	32

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	SERVIÇOS TURÍSTICOS.....	14
2.1	Mercado Turístico	15
2.1.1	Estrutura e caracterização da Oferta Turística.....	18
2.1.2	Serviços On-line.....	21
3	SEGURO VIAGEM.....	23
3.1	Descrição dos riscos que afetam o viajante	24
3.2	Características do ramo de seguro viagem	25
3.3	Alterações sofridas nos riscos cobertos pelo seguro viagem com a Resolução CNSP 315/2014.....	28
4	METODOLOGIA	33
4.1	Técnicas de amostragem.....	33
4.2	Estrutura do questionário	34
4.3	Seleção da amostra e aplicação do questionário	35
5	APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	37
5.1	Perfil do entrevistado	37
5.2	Frequência de viagens utilizando o transporte aéreo.....	41
5.3	Coberturas – Seguro Viagem.....	42
5.4	Motivação para não contratação do Seguro Viagem	46
5.5	Avaliação da qualidade do seguro viagem	48
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
	REFERÊNCIAS.....	54
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	58

1 INTRODUÇÃO

Amparar um acontecimento incerto que causa prejuízos econômicos é a principal função do seguro. Existe uma vasta gama de seguros ofertados no mercado, desde os mais conhecidos como o seguro de automóveis e o seguro de vida aos mais específicos e quase desconhecido como o seguro de perda do certificado de habilitação de voo.

Souza (2007) define seguro como sendo um contrato, com forma jurídica, no qual o segurador obriga-se com o segurado ou beneficiário a ressarcir-lo por prejuízo ocorrido por um evento futuro, que seja possível e incerto, desde que enumerado dentre as coberturas da apólice de seguro mediante o pagamento de um valor estipulado pelo segurador que dependerá dos riscos cobertos.

Complementando a definição de Souza (2007), Azevedo (2008) traz as características de todo e qualquer contrato de seguro, tais como: aleatório (dependência de evento futuro e incerto), bilateral (obrigação tanto por parte da seguradora como do segurado), oneroso (segurado e segurador possuem ônus e vantagens econômicas), solene (formalidade) e boa fé (segurado e segurador devem ser honestos).

Assim sendo, o seguro é uma forma de minimizar os prejuízos de natureza econômica decorrentes de acontecimentos incertos ou de data incerta que são objeto do contrato de seguro. O segurado para estar coberto realiza pagamento de um prêmio à seguradora, para que ela tome o risco para si e possa, caso ocorra o evento aleatório previsto no contrato de seguro, chamado de sinistro, arcar com as despesas e assim garantir segurança e tranquilidade para o segurado e seus beneficiários, de acordo com o constante na apólice do seguro.

O Sistema Nacional de Seguros Privados, criado por meio do Decreto-Lei 73/66 (BRASIL, 1966), compõe o Sistema Financeiro Nacional. Os seguros privados têm como órgão normativo o Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP), sendo supervisionado pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), apresentando, ainda os seguintes operadores: seguradoras

e resseguradores, entidades abertas de previdência e sociedades de capitalização.

O Decreto-Lei 73/66, define que os seguros podem ser agrupados em: seguros pessoas, bens, responsabilidades, obrigações, direitos e garantias. O segmento de seguros no Brasil, atualmente, é classificado em 95 ramos apresentando grande variedade. Estes ramos estão divididos em 16 grupos. A SUSEP, por sua vez, agrega os seguros em três grandes mercados o de seguro de vida, seguros de saúde e seguros elementares (não vida) (PORTAL TUDO SOBRE SEGUROS, 2017).

Nesse contexto, o seguro de pessoa engloba os seguros de vida, acidentes, pessoas e saúde, enquanto que o de não vida engloba seguros como o de automóveis, residenciais ou outros que não estejam ligados diretamente à vida de um indivíduo. Assim sendo, os valores da indenização em caso de morte ou invalidez são estabelecidos pelo próprio segurador e não pelo “valor de mercado”, como é o caso dos seguros de bens e serviços e patrimoniais.

A indenização, no caso do seguro de pessoas, não possui relação com o dano produzido pela ocorrência do sinistro e sim com o valor da cobertura contratada pelo segurado, uma vez que não se pode precificar o valor da vida de uma pessoa. Diferentemente de um seguro de automóveis, por exemplo, que se refere à perda de um bem que possui um valor de mercado.

A cada dia que passa aumentam os tipos de seguros que podem ser cobertos no Brasil. A população de um modo geral está cada vez mais buscando formas de minimizar os prejuízos causados pelas incertezas. Neste contexto, surge então o seguro viagem buscando atender as necessidades dos turistas.

Considerado um serviço, o seguro viagem vem ganhando cada vez mais força e importância no Brasil. A cobertura para riscos associados à viagem foi inicialmente oferecida pelas seguradoras em conjunto com outros seguros ou através de assistência à viagem, e por vezes, não cobriam muitos riscos decorrentes de uma viagem. A assistência à viagem era oferecida como um serviço por qualquer empresa, em especial as agências de viagem que não eram fiscalizadas e nem tinham esses serviços regulamentados pelos órgãos

competentes, no qual o principal serviço ofertado era a de atendimento médico hospitalar.

A SUSEP e o CNSP, buscando regulamentar o seguro viagem e fiscalizar a venda deste serviço para a população brasileira, divulgaram a Circular nº 302/2005 para seguros de pessoas que apresenta, pela primeira vez, uma normatização acerca deste seguro. Posteriormente, lançam a resolução Nº 315/2014 objetivando definir coberturas que venham atender as necessidades dos viajantes e cobrir os principais riscos que envolvem uma viagem.

O objetivo geral deste trabalho é analisar o conhecimento do viajante sobre o seguro viagem. Para a realização deste propósito, abordou-se nos objetivos específicos: identificar os riscos que podem surgir em uma viagem; analisar o mercado de seguro viagem e descrever os riscos cobertos pelo contrato de seguro viagem, a partir da análise da resolução nº 315/2014.

Para atender ao objetivo geral, o trabalho busca responder as seguintes perguntas: qual o conhecimento dos viajantes de transporte aéreo sobre o seguro viagem? As coberturas oferecidas pelo contrato de seguro viagem, constantes na resolução nº 315/2014, atendem as necessidades dos segurados? Qual a motivação dos viajantes de transporte aéreo em contratar ou não o seguro viagem? O acesso a informação é fator impulsionador na contratação do seguro viagem?

Este trabalho está dividido em seis capítulos, incluindo esta introdução. No Capítulo 2, são apresentados os “serviços turísticos”, onde o seguro viagem está inserido, exibindo as principais definições de turismo.

No Capítulo 3, buscou-se apresentar o seguro viagem e os tipos de riscos subjacentes a uma viagem. São destacados, ainda, os principais indicadores atuarias do seguro viagem como sinistralidade e prêmios ganhos. Apresentam-se também a normatização existente, com destaque para as alterações trazidas pela legislação mais recentes, a resolução CNSP 315/2014, contraponto o normativo anterior Circular nº 302/2005 SUSEP.

No Capítulo 4, é abordada a metodologia aplicada neste trabalho, a técnica de amostragem por conveniência assim como é apresentado o questionário aplicado.

No Capítulo 5, são apresentados os resultados da pesquisa realizada, respondendo as questões norteadoras deste trabalho.

O Capítulo 6 é dedicado às considerações finais, desenvolvido a partir da base de dados e leitura dos referenciais em livros e outros trabalhos defendidos.

2 SERVIÇOS TURÍSTICOS

Ao preparar uma viagem, independente de seu motivador, é possível se deparar com uma série de prestadores de serviços que podem facilitar os trâmites de preparação desta, seu planejamento, execução, bem como, todo processo durante e depois da realização da viagem como meios de hospedagem, agências de viagens, restaurantes, empresas de transporte de passageiros (áreas, rodoviárias, ferroviárias e aquáticas), dentre outras.

Dentre as definições sobre turismo, Montejano (2001) aponta que o turismo é uma atividade econômica que estabelece relações de financiamento, produção e comercialização de produtos e serviços por meio das empresas ligadas diretamente ao setor turístico, contribuindo de forma direta nos parâmetros macroeconômicos, como o Produto Interno Bruto (PIB), taxa de desemprego e balança comercial.

Barreto (2010) traz inúmeras definições sobre turismo ao longo da história inclusive a aceita pela Organização Mundial do Turismo (OMT) como sendo uma soma de relações e de serviços resultantes de uma mudança de residência temporária e voluntária motivada por razões alheias a negócios ou profissionais. O movimento das pessoas também é particular, por ser temporário – o turista sempre pensa em voltar para casa em pouco tempo. A visita ao local não visa o lucro, portanto as motivações devem obedecer a razões mais íntimas.

Assim, o turismo pode ser reconhecido como uma atividade econômica que tem como objetivos alcançar a taxa de lucro e de retorno e que é capaz de gerar novas oportunidades de empreendimento, de emprego e de desenvolvimento (PEREIRA JÚNIOR, 2010). Nesse contexto, as empresas envolvidas no turismo são aquelas incumbidas de atividades direcionadas à produção de bens e serviços voltados aos viajantes.

Dentro da literatura de turismo, é comum o uso da expressão “indústria turística”, pois os planejadores do setor reúnem uma série de recursos e atrativos configurando-os de forma a compor um “produto” e exercer atratividade sobre turistas, excursionistas e viajantes.

Petrocchi (2009, p. 9) indica uma definição de Roberto Boullón que afirma que produto turístico seria “o resultado de uma série de combinações de serviços, efetuados pelas empresas especializadas no atendimento das necessidades dos viajantes, desde que estes saiam até que regressam às suas casas...”.

Zardo (2003) aponta que o produto turístico, do ponto de vista da promoção turística, é composto de atrativos (naturais ou culturais), de facilidades (alojamentos, alimentação, entretenimento e complementares) e acesso (meios de transportes).

Esse conjunto de elementos combinados resulta naquilo que é oferecido ao viajante e ao turista de forma planejada, como os pacotes turísticos comercializados pelas agências de viagens, ou ainda espontaneamente, como os destinos turísticos em fase de crescimento.

O turismo, neste contexto, engloba as empresas que se dedicam à prestação de serviços de hospedagem, transporte, organização de viagens, alimentação, manutenção e informações turísticas (MONTEJANO, 2001).

Para compreensão desse processo produtivo dentro do setor turístico, é salutar entender a diferenciação de produtos e serviços. Cobra (2005) define produto como um bem tangível, que pode ser apalpado, armazenado. Serviço, por sua vez, é um bem intangível, que não pode ser apalpado, do qual se pode ter apenas uma experiência ou lembrança.

Como observado, independente do uso da nomenclatura de produto turístico, percebe-se que o turismo é composto essencialmente de serviços. Esses serviços compõem fundamentalmente o mercado de turismo.

2.1 Mercado Turístico

Mercado, no senso comum, é entendido como um espaço onde pessoas se reúnem para compra ou venda de produtos ou mesmo serviços. O mercado pode ser entendido a partir de outras duas visões.

A primeira, na visão dos economistas, aponta que o mercado seria como um conjunto de compradores e vendedores efetuando transações de um produto ou classe de produto. A segunda definição, na visão dos profissionais de marketing, o identifica como um agrupamento de clientes, e estes

profissionais veem os vendedores como o setor e os compradores como o mercado (KOTTLER; KELLER, 2013).

Como parte da economia que estuda e analisa a realidade econômica do turismo, baseada em um mercado nos quais confluem oferta de produtos e serviços turísticos e a demanda que está interessada e motivada em consumir esses produtos e serviços turísticos (MONTEJANO, 2001), tem-se o mercado turístico.

É percebido então que o mercado turístico está ligado à economia da região. Para este trabalho, será seguida a visão do mercado turístico descrito como na compra e venda de produtos e serviços, no qual as empresas ligadas ao setor turístico ofertam produtos e serviços para o conjunto de compradores, atendendo aos mais diferentes perfis de turistas que apresentam razões distintas para empreender uma viagem.

As motivações de uma viagem podem ser diversas, como participação em concertos, feira e exposições, eventos esportivos, diversão, assuntos profissionais ou ligados à saúde, religião dentre outras motivações. Partindo dessas motivações, Cobra (2005) classifica o mercado turístico em quatro grandes áreas:

- a) negócios: constituído de pessoas que viajam com regularidade e que adquirem um volume razoável de viagens para eventos, feiras e congresso;
- b) lazer: constituído de pessoas que viajam em família, estudantes e idosos em busca de entretenimento, aventura, visita a pontos turísticos, lua de mel, fim de semana, entre outras;
- c) cursos: constituído de pessoas que viajam em busca de qualificação profissional, tais como: cursos de idiomas e pós-graduação;
- d) receptivo: constituído de turismo receptivo doméstico e no exterior, realizado para recepcionar pessoas individualmente ou em grupos.

Segundo Montejano (2001), o mercado turístico, então, baseia-se na demanda e oferta. Entende-se a demanda turística como um conjunto de turistas que se desloca de forma temporal para lugares diferentes de seu lugar

de residência habitual, que não seja para trabalhar ou cumprir uma atividade remunerada.

Kotler e Keller (2013) apresentam resumidamente a demanda como sendo os desejos por produtos específicos apoiados pelas possibilidades de pagar por eles. Nesta definição, encontram-se quatro fatores apresentados por Montejano (2001) que influenciam a demanda, como sendo:

- a) disponibilidade de tempo: tempo ocioso por férias de trabalho, ou escolares ou feriados prolongados;
- b) disponibilidade econômica: renda extra ou reserva destinada às férias do grupo familiar ou individual;
- c) fatores demográficos: características como sexo, idade, rendimento familiar, região (urbana ou rural) influenciam consideravelmente na hora de se tomar a decisão de viajar e do destino de viagem;
- d) fatores sociais: a globalização permite uma valorização do turismo como forma de aproximar os povos e melhoria das condições de vida.

Percebe que uma viagem é cheia de detalhes e deve ser avaliada de forma ampliada. As empresas turísticas buscam então atender as demandas dos variados tipos de turista, ofertando produtos e serviços capazes de satisfazê-los em todos os pontos.

Quadro 1 – Classificação das empresas turísticas (continua)

Tipo	Empresas
Mediação e comercialização	Agências de viagens; Operadoras de turismo;
Transportes	Companhias aéreas; Companhias marítimas e fluviais; Companhias de transporte por estrada; Companhias ferroviárias; Empresas de aluguel de veículos;
Restauração	Restaurantes; Bares e cafeterias; Lanchonetes; Empresas de “catering”

Quadro 1 – Classificação das empresas turísticas (conclusão)

Hospedagem	Hoteleiros:	Hotéis; Apart-hotel/flat; Resorts; Pousadas; Cama e café; <i>Albergues/hostel</i>
	Extra-hoteleiros:	Casas de veraneio; Pensão; <i>Camping</i> ;
Outras empresas	Agencias de informações de turísticas; Organizadoras de congressos, seminários e animação turísticas; Empresas de diversão e entretenimento Casas de câmbio <i>Souvenires</i>	

Fonte: Adaptado de MONTEJANO (2001).

Nesse sentido, a oferta configura-se para atender as necessidades dos viajantes como segurança, espaço para descanso e higiene pessoal entre outros e é uma combinação de produtos, informações e experiências (KOTTLER; KELLER, 2013). A oferta turística é então caracterizada como um conjunto de infraestrutura de bens e serviços para atender as demandas turísticas, quantificadas em valor, e composta por empresas turísticas que se dedicam a prestar por mediação ou de forma direta uma série de produtos ou serviços turísticos e que podem ser classificadas a partir dos serviços que oferta (Quadro 1).

2.1.1 Estrutura e caracterização da Oferta Turística

O mercado turístico apresenta em sua estrutura empresas que buscam ofertar produtos, principalmente serviços que atendam às demandas dos turistas. Conhecer os prestadores de serviços que compõem a oferta turística, bem como, a gama de bens e serviços oferecidos podem ajudar em um melhor planejamento da viagem.

A oferta turística é composta por empresas ligadas a Atividades Características do Turismo (ACTs) que são divididas em alojamentos (hotéis, motéis, albergues), alimentação, agências de viagens, transportes aéreos,

transportes terrestres, transportes aquáticos, aluguel de transporte, cultura e lazer (IPEA, 2017).

A Lei nº 11.771 de 2008, conhecida como lei geral do turismo, dispõe sobre a Política Nacional do Turismo (PNT) brasileiro e caracteriza, ainda, os prestadores de serviços turísticos, como sendo as sociedades empresariais, sociedades simples, os empresários individuais e autônomos que venham a prestar qualquer serviço turístico remunerado e que exerçam atividade relacionada à cadeia produtiva do turismo destacando-se os meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras turísticas, organizadora de eventos, restaurantes, cafeterias, locadoras de veículos, dentre outras.

Dentre esses destaques, são considerados meios de hospedagem

os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária (BRASIL, 2008).

Esses estabelecimentos apontados pela lei podem ser divididos em meios hoteleiros e extra-hoteleiros. No Brasil, a exemplo de vários países tais como França, Portugal, Alemanha e Chile, os meios hoteleiros são classificados através de um instrumento reconhecido para disseminar informações claras e objetivas sobre estes.

O Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) classifica sete empreendimentos hoteleiros: hotel, hotel fazenda, hotel histórico, resort, pousada, apart-hotel/flat e cama & café (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Vale destacar, ainda o serviço de restauração que são empresas que ofertam serviços de refeições e bebidas, mediante preço fixo (MONTEJANO, 2001). Os restaurantes podem ser relacionados como: cozinha convencional, cozinha regional, cozinha internacional, cozinha de especialidades dentre outras classificações possíveis.

Outro elo importante da oferta relacionada ao turismo são os meios de transportes utilizados com grande frequência para o deslocamento. A lei geral do turismo caracteriza as empresas para transporte turístico como sendo

aquelas para deslocamento em veículos por vias terrestres e aquáticas para as modalidades de pacote de viagens, passeios locais, traslado. Essa lei não se aplica ao transporte aéreo, mesmo sendo o empreendimento que mais movimenta o mercado turístico, devido à regulamentação específica para o setor.

O transporte aéreo brasileiro é regulamentado e fiscalizado pela Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) que atua na elaboração de normas, certificação de empresas aéreas, na oferta de treinamento para profissionais da aviação civil e na fiscalização das operações de aeronaves, de empresas aéreas, de aeroportos e de profissionais do setor, com foco na segurança e na qualidade do transporte aéreo conforme disposto na Lei Nº 11.182/2005 (BRASIL, 2005).

Visando atender a convenção para a unificação de certas regras relativas ao transporte aéreo internacional, celebrada em Montreal, em maio de 1999, o Decreto Lei 5.910/2006 (BRASIL, 2006) dispõe sobre a demanda do mercado internacional e sobre a segurança dos passageiros, inclusive em seu artigo 50 trata da obrigatoriedade de um seguro adequado que cubra as responsabilidades das empresas de transporte aéreo.

As agências de viagens, que por vezes congregam a comercialização de serviços turísticos e outros, exercem a atividade econômica de intermediação remunerada entre fornecedores e consumidores de serviços turísticos ou os fornece diretamente (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Essas agências se dedicam ao assessoramento, mediação e organização de serviços turísticos, podendo utilizar meios próprios ou sendo agente intermediário entre os prestadores de serviços e os clientes (MONTEJANO, 2001).

Nesse contexto, as agências assumem a função de congregar em seus serviços a formatação de pacotes turísticos que apresentam variados serviços voltados ao viajante especialmente hospedagem e transporte turísticos. Assim sendo, são serviços essenciais das agências: os serviços de operação de viagens, excursões e passeios turísticos, a organização, contratação e execução de programas de viagens.

Dentre as atividades de intermediação compreendem a oferta, a reserva e a venda a consumidores de um ou mais serviços turísticos fornecido

por terceiros como: passagens, meios de hospedagens, programas educacionais e de aprimoramento profissional.

As agências de viagens ainda podem possuir atividades complementares compreendendo a execução ou intermediação de serviços de obtenção de passaporte, vistos ou qualquer outro documento que venha a ser necessário para a realização da viagem; transporte turístico, locação de veículos, obtenção ou venda de ingressos para espetáculos públicos, artísticos, esportivos, culturais e outros; representação de empresas transportadoras, de meios de hospedagem e de outras fornecedoras; apoio a feiras, exposição de negócios, congressos, convenções e congêneres; venda ou intermediação remunerada de seguros vinculados, passeios e excursões e de cartões de assistência ao viajante; venda de livros, revistas e outros artigos destinados a viajantes; e acolhimento turístico, consistente na organização de visitas a museus, monumentos históricos e outros locais de interesse turístico (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010) .

Como observado, as agências de viagem devem funcionar como intermediadoras e distribuidoras de produtos ou serviços em sua maioria ligados diretamente à atividade turística. Nesse contexto, a lei geral do turismo vai regulamentar as atividades próprias das agências, bem como a comercialização e oferta de seguros vinculados a viagens, no caso o seguro viagem, através das agências de turismo, que devem atuar diretamente com seguradoras ou corretoras especializadas na venda de seguros.

2.1.2 Serviços *On-line*

Em um mundo globalizado onde se vive constantes mudanças tecnológicas. Essas mudanças ampliam a diversidade de produtos e serviços, o que torna os mercados mais competitivos.

As empresas de modo geral atuam mais fortemente no mercado digital. As tecnologias propiciam uma maior facilidade na aquisição de produtos e serviços, facilitando realizar comparações e assim decidir sobre qual produto ou serviço adquirir.

O mercado turístico é caracterizado por uma grande quantidade de informações e mensagens publicitárias divulgadas nos mais diversos meios de

tecnologias. As agências de viagem possuem um papel importante, principalmente por agregar boa parte dos serviços ofertados (PETROCCHI; BONA, 2003).

Assim, os serviços turísticos estão cada vez mais disponibilizados no meio digital como forma de propaganda e venda, pela facilidade e alcance, uma vez que a internet esta cada vez mais acessível. A pesquisa TIC Domicílios, realizada em 2015, aponta que 58% da população brasileira usam a internet, o que representa 102 milhões de internautas.

Amor (2000) enumera algumas razões para as empresas utilizarem o recurso digital como redução dos custos do produto, do suporte e do serviço; visibilidade; promoção de novos serviços aos clientes, parceiros e funcionários; aumento no poder de resposta ao cliente. Tais razões tornam o mercado digital mais atraente, tanto para o consumidor que tem a resposta imediata de sua compra, quanto para as empresas que ampliam de forma significativa o alcance com custo reduzido.

Dentre os serviços disponibilizados *on-line*, pode-se encontrar a venda de apólices de seguro viagem, não apenas pelas seguradoras, como também pelas agências de viagens, empresas de transportes aéreos e corretoras. Pazini (2014) atribui à responsabilidade da venda de apólice dos seguros viagem as agências de viagens, uma vez que o turista ignora os imprevistos que podem ocorrer no período da viagem, principalmente em viagens nacionais por não ser obrigatório, enquanto que em viagens internacionais, especialmente em alguns países europeus que fazem parte do Tratado de Schengen¹, é exigido o seguro viagem como documento obrigatório.

¹ O Tratado de Schengen permite a livre circulação de pessoas pelos países signatários na Europa. Seguro com cobertura mínima de € 30 000 para despesas médicas. Os 25 países participantes são: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Estônia, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hungria, Islândia, Itália, Letônia, Lituânia, Luxemburgo, Malta, Noruega, Polônia, Portugal, República Theca, Suécia e Suíça.

3 SEGURO VIAGEM

O seguro viagem é um ramo que visa cobrir incertezas relacionadas com uma viagem, tais como passagem, hospedagem, bagagens, médicos ou acidentes. No Brasil, no ano de 2015 foram observados mais de 94 milhões de desembarques nacionais (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2016). Esse elevado número de pessoas que se desloca para outras localidades, mesmo que temporariamente, pode ser considerado elevado, se comparado ao total da população brasileira, formada por mais de 190 milhões de pessoas².

A pesquisa “Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem”, realizada pelo Ministério do Turismo em Parceria com Fundação Getúlio Vargas em dezembro de 2016, mostrou que 29% dos entrevistados planejam buscar um destino turístico nos próximos seis meses e destes 83,3% planejam viajar pelo próprio país. Esses percentuais vêm crescendo a cada divulgação da pesquisa. Nesse contexto, o seguro viagem está ligado ao setor turístico, apesar do seguro não ser específico para o turismo e sim para viagens em geral, seja de negócios, estudos ou de lazer.

Ainda se confunde “turista” com “viajante” Swarbrooke e Hornner (2002) diferenciam como sendo “turista” aquele que compra um pacote de viagens, enquanto que “viajante” é a pessoa que faz os seus próprios programas independentes em sua viagem. A OMT, por sua vez, define turista como visitante temporário, proveniente de um país/local estrangeiro, que permanece por mais de 24 horas e menos de três meses, por qualquer razão, exceção feita de trabalho (BARRETO, 2010).

Dias e Pimenta (2005, p. 177) afirmam que turista é

um indivíduo que se desloca de seu domicílio para outra localidade em caráter provisório, por qualquer motivo que seja, torna-se cliente de uma estrutura do sistema turístico a qual denominamos setor hoteleiro, composto por uma série de hotéis de diferentes tipos e classificações, atendendo aos mais diversos tipos de necessidades de viajantes. Esse conceito é parte integrante de outro maior, o da hospitalidade, que envolve todo um conjunto de agentes de uma comunidade voltados a prestar assistência a um tipo especial de cliente: o consumidor turista. (DIAS; PIMENTA, 2005)

² segundo dados do Censo Demográfico de 2010, realizado pelo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010).

Partindo desta definição, identificam-se alguns riscos que o turista/viajante poderá enfrentar durante a sua viagem/estadia. Ao adentrar em um ambiente diferente do seu habitual e ainda desconhecido, não apenas no âmbito residencial (moradia/estadia) existem outros riscos que envolvem a viagem, Gastal (1998) elenca algumas das preocupações que se deve ter ao viajar, seja a negocio ou a lazer, como malas, o meio de transporte que será utilizado para chegar ao local, bem como o que serão utilizados durante o período da viagem, documentos, portos, aeroportos, passagens, passaportes, dentre outros.

3.1 Descrição dos riscos que afetam o viajante

Uma viagem sempre estará cercada de surpresas como mudanças climáticas, atraso no embarque, tempestade em alto mar, acidentes, tudo o mais que pode causar desconforto e/ou situações de estresse e todo planejamento da viagem ser comprometido. Não se pode esquecer também que a cidade, os meios de hospedagem, restauração, parques, bibliotecas, casas de espetáculos e todos os ambientes que venham a promover o turismo também estão expostos a riscos.

Para Vaughan e Vaughan (2014) risco inclui todas as situações em que há uma exposição à adversidade, ao desconhecido, e que os riscos podem ser categorizados de muitas maneiras, no entanto são as distinções particulares de cada segmento e para o propósito de estudo.

Pode-se identificar, na literatura sobre o tema, alguns riscos que o turista/viajante poderá enfrentar durante a sua viagem/estadia; Delfino (2016) traz em seu trabalho uma classificação para risco com a visão de Haddock (1993), dividindo o risco em três grandes categorias: (i) risco absoluto: maior nível de risco, geralmente são instaurados procedimentos de segurança que podem reduzi-lo; (ii) risco real: nessa categoria não é possível intervenção para redução de risco; (iii) risco percebido: percepção do indivíduo sobre o risco a que está exposto.

Estar preparado para os riscos que envolvem uma viagem seja ela para lazer ou negócio são preocupações dos que se deslocam de um lugar

para outro. Os viajantes estão sujeitos a diversos riscos, Delfino (2016) apresenta ainda, com base em ampla literatura sobre comportamento do turista, sete tipos de riscos que atingem diretamente o turista.

No Quadro 1 são apresentados sete tipos de riscos que atingem diretamente o turista, segundo Delfino(2016). Destaca-se que, apenas os riscos que resultam em prejuízo de natureza econômica são seguráveis (BRASIL, 1985).

Quadro 2 – Riscos que atingem o turista

Riscos	Definição
Risco Funcional	relaciona-se com a possibilidade de surgirem problemas durante a organização da viagem
Risco Físico	causa algum problema saúde, é o risco que os pessoas buscam reduzir
Risco Psicológico	escolha que possa vir a afetar o ego negativamente
Risco Social	a escolha do local ou do pacote de serviços adquiridos pode estar relacionada com a percepção de outros turistas
Risco Financeiro	é o risco que se corre de o produto ou serviço comprado não valer o preço pago
Risco de Tempo	está na preocupação do turista no esforço gasto em produtos ou serviços de qualidade inferior ao esperado
Risco de satisfação	esta associado ao risco percebido da viagem não atender as expectativas do turista

Fonte: Adaptado de Delfino (2016).

Delfino (2016, p. 24) afirma que “os indivíduos adversos ao risco são propensos a escolher destinos percebidos como seguros, enquanto os que procuram o risco escolhem destinos percebidos como menos seguros”.

Pensando nestes riscos e buscando minimizá-los encontramos, dentre uma vasta gama de seguros ofertados atualmente no mercado segurador, o seguro viagem ou seguro turístico.

3.2 Características do ramo de seguro viagem

Utilizando a base de dados disponível no site da SUSEP, é possível perceber os valores de prêmios e sinistros do seguro viagem para o período de 2012 a 2016.

Tabela 1 – Prêmios e Sinistros do Seguro Viagem

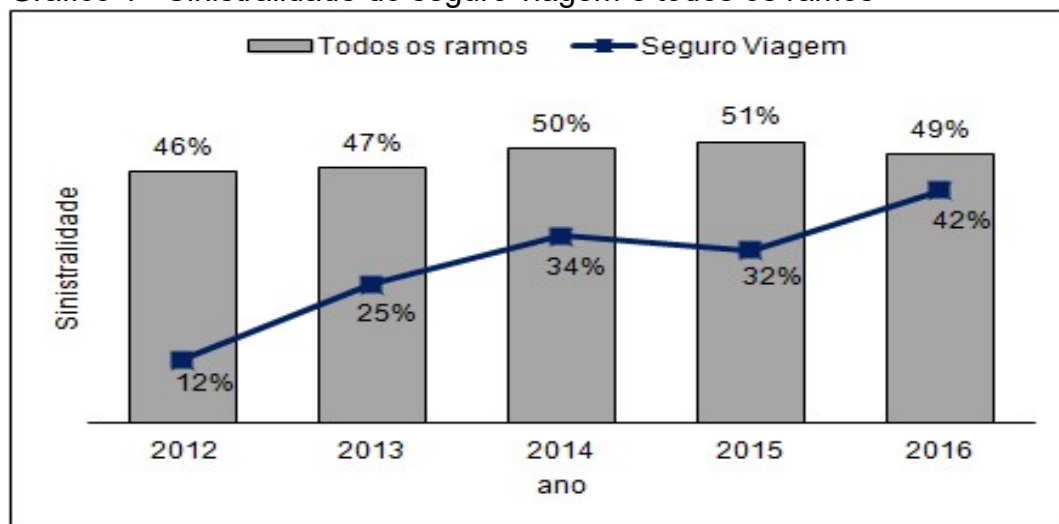
Ano	Prêmios ⁽¹⁾	Sinistros ⁽²⁾
2012	R\$ 38.380.267	R\$ 4.430.503
2013	R\$ 57.164.924	R\$ 14.549.985
2014	R\$ 101.240.668	R\$ 34.709.871
2015	R\$ 166.587.095	R\$ 52.581.560
2016	R\$ 191.303.398	R\$ 81.249.147

Fonte: adaptado a partir de dados SES-SUSEP.

Notas: (1) Prêmios ganhos; (2) Sinistro ocorrido (nova nomenclatura).

A partir desses dados, pode-se verificar o grande crescimento dos prêmios e sinistros no período analisado. Descontando-se a inflação, INPC (Índice Nacional de Preço ao Consumidor) divulgado mensalmente pelo IBGE, os prêmios ganhos cresceram 275% no período de 2012 a 2016; enquanto, para todos os ramos de seguros, nesse mesmo período, os prêmios ganhos aumentaram 12%.

Gráfico 1– Sinistralidade do seguro viagem e todos os ramos



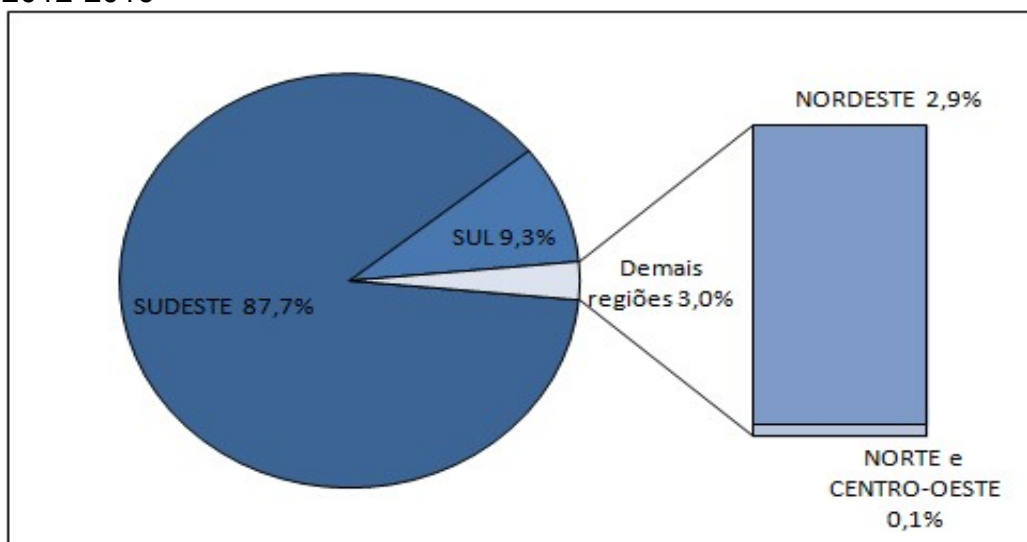
Fonte: adaptado de dados SES-SUSEP.

No Gráfico 1, é apresentada a sinistralidade³ do período de 2012 a 2016 do seguro viagem, que representa quanto do prêmio ganho foi destinado para o pagamento de sinistros. É possível notar que apesar do crescimento da sinistralidade no período, esse indicador está abaixo da estatística para todo o mercado de seguros. Destaca-se que, essa sinistralidade apresentada pelo

³ Sinistro ocorrido/prêmio ganho.

seguro viagem, abaixo de 45%, permite o investimento das seguradoras na ampliação das coberturas e do público alvo.

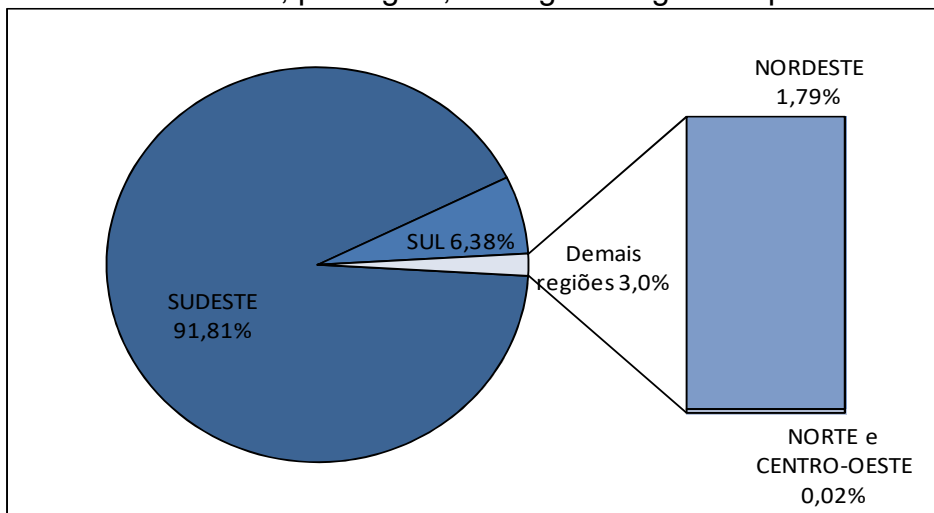
Gráfico 2 – Prêmios ganhos, por região, no seguro viagem no período 2012-2016



Fonte: adaptado de dados SES-SUSEP.

No Gráfico 2, visualiza-se para o seguro viagem, a participação dos prêmios e sinistros de cada região nos últimos cinco anos. Verifica-se que a região sudeste detém a maior participação nos prêmios ganhos, 88%, já que nesta região, com alto desenvolvimento econômico, estão os principais centros de negócios e principais pontes áreas do país. A região sul concentra 9,3% dos prêmios ganhos, enquanto as demais regiões apresentam apenas 3% desse indicador.

Gráfico 3– Sinistros, por região, no seguro viagem no período 2012-2016



Fonte: adaptado de dados SES-SUSEP.

O Gráfico 3 apresenta a participação por região dos sinistros ocorridos no período de 2012 a 2016. É perceptível que a proporção é basicamente a mesma da apresentada pelos prêmios, com a região sudeste, possuidora da maior participação dos prêmios, também revela o maior percentual de sinistros ocorridos, aproximadamente 92%.

3.3 Alterações sofridas nos riscos cobertos pelo seguro viagem com a Resolução CNSP 315/2014

O Novo Código Civil adota uma classificação mais abrangente para os seguros limitando em dois segmentos o seguro de dano e seguro de pessoa. O seguro de dano regido pelo princípio de que o pagamento da indenização limita-se ao valor do prejuízo, aqui se pode enumerar o seguro de automóveis, de incêndios, de transportes. Enquanto que o seguro de pessoa não detém o caráter indenitário, inexistindo limitação para a fixação do valor do objeto, que varia conforme a manifestação da vontade e condições do segurado, porém a responsabilidade do segurador é delimitada pelo valor contratualmente pactuado.

Classificado como um seguro de pessoas, o seguro viagem é atualmente o segmento que mais cresce. Atenta a esse crescimento, a SUSEP lança a Circular nº 302/2005 que trata sobre as regras complementares de funcionamento e critérios para as operações de coberturas de riscos oferecidos

em plano de seguro de pessoas. Nesta mesma circular, a SUSEP determina, em seu art 30 as coberturas mínimas para o seguro viagem.

A Circular nº 302/2005 é a primeira oficialização do seguro viagem no Brasil, a SUSEP determina, em seu art 30 as coberturas mínimas de morte acidental e/ou invalidez permanente total ou parcial por acidente. Como vemos ainda sem determinar coberturas relativas a viagem, apesar do inciso segundo diz que as coberturas adicionais podem ser ofertados desde que possuam ligação com a viagem

Em notícia publicada pelo site FenaPrevi, o presidente afirma que “o brasileiro está adotando o seguro viagem no planejamento de seus deslocamentos no Brasil e para o exterior, o que explica as altas taxas de crescimento desta modalidade de proteção” (FENAPREVI, 2015).

Com o crescimento do ramo de seguro viagem, o CNSP divulga a resolução nº 315/2014 com o intuito de regulamentar o setor, e assim coibir que empresas não regulamentadas e fiscalizadas pela SUSEP pudessem ofertar o seguro viagem sem critérios técnicos. Referida resolução, em seu artigo 2º, traz a definição para seguro viagem:

Art. 2º O seguro viagem tem por objetivo garantir, ao(s) segurado(s) ou seu(s) beneficiário(s), uma indenização, limitada ao valor da capital segurado contratado, na forma de pagamento do valor contratado ou de reembolso ou, ainda, de prestação de serviço(s), no caso da ocorrência de riscos cobertos, desde que relacionados à viagem, durante período previamente determinado, nos termos estabelecidos nas condições contratuais.

A Resolução nº 315/2014, que passou a vigorar em 2015, traz alterações no seguro viagem e apresenta as condições básicas e adicionais desse seguro. No Quadro 3 são apresentadas as alterações nas coberturas básicas do seguro viagem a partir da Resolução nº 315/2014.

Quadro 3 – Comparativo das coberturas básicas ofertadas pelo seguro viagem a partir da Resolução nº 315/2014.

Coberturas	Antes Res. nº 315/2014	Depois Res. nº 315/2014
I- Despesas Médicas Hospitalares e/ou odontológica em viagens nacionais	Não	Sim
II- Despesas Médicas Hospitalares e/ou odontológica em viagens internacionais	Não	Sim
III- Traslado de corpo	Não	Sim
IV- Regresso Sanitário	Não	Sim
V- Traslado Médico	Não	Sim
VI- Morte em Viagem	Não	Sim
VII- Morte Acidental em Viagem	Sim	Sim
VIII- Invalidez permanente total ou parcial	Sim	Sim

Fonte: adaptado da Circular nº 302/2005 SUSEP e Resolução nº 315/2014 CNSP

A Resolução 315/2014 define as coberturas para a contratação do seguro para viagens nacionais e internacionais. Em viagens internacionais as seguradoras devem ofertar coberturas básicas como: despesas médicas hospitalares e/ou odontológica, traslado de corpo, regresso sanitário e traslado médico. Devendo a cobertura de despesas médicas, hospitalares e/ou odontológica cobrir eventos ocorridos durante a viagem ocasionados por acidente pessoal ou enfermidade súbita e aguda, sendo vedada a cobertura exclusivamente de eventos ocasionados por acidentes pessoais.

As seguradoras devem ofertar, obrigatoriamente, pelo menos uma das coberturas básicas, porém a própria resolução traz algumas coberturas que não podem ser ofertadas isoladamente, o que poderia descaracterizar o seguro viagem. A cobertura de traslado, por exemplo, não poderá ser contratada isoladamente, tendo a seguradora que ofertar outra cobertura básica adicional. Quando ofertadas na apólice do seguro, as coberturas de despesas médicas hospitalares e/ou odontológica em viagens nacionais/internacionais deve ser ofertada também a cobertura de traslado médico, podendo ser mais de uma remoção, respeitando o limite do capital segurado contratado, que deve estar expresso da apólice do segurado. Destaca-se ainda, que o seguro viagem não pode ofertar apenas coberturas básicas cujo evento gerador decorra exclusivamente de acidentes pessoais.

Um detalhe importante na cobertura ofertada pelo seguro viagem é que as coberturas de despesas médicas, hospitalares e odontológicas nacionais/ internacionais deverão cobrir episódios de crise ocasionados de

doenças pré-existentes ou crônica, conforme define o inciso 4 do artigo 5º da resolução 315/2014. Quando ocorrer quadro clínico de emergência ou urgência, até limite do capital segurado contratado, e das despesas relacionadas à estabilização do quadro clínico do segurado que lhe permita continuar a viagem ou retornar a seu local de residência, o segurado estará coberto, porém a continuação do tratamento e controle de tratamentos anteriores, check-up e extensão de receitas não são cobertas pelo seguro viagem, podendo o mesmo ser acionado pelo segurado apenas em caso de urgência e emergência.

As seguradoras poderão ofertar, facultativamente, as coberturas de: (i) perda, roubo ou extravio de bagagem; cobertura de despesas com funeral, em caso de falecimento do segurado ocorrido no período da viagem; (ii) indenização das despesas não reembolsáveis ocasionadas por cancelamento da viagem; (iii) indenização das despesas com traslado de regresso antecipado ao local de domicílio ou origem da viagem, ocasionado por evento cobertos.

As seguradoras poderão ofertar, facultativamente, as coberturas de: perda, roubo ou extravio de bagagem; cobertura de despesas com funeral, em caso de falecimento do segurado ocorrido no período da viagem; indenização das despesas não reembolsáveis ocasionadas por cancelamento da viagem; indenização das despesas com traslado de regresso antecipado ao local de domicílio ou origem da viagem, ocasionado por evento cobertos.

Ocasionalmente as seguradoras podem ofertar coberturas adicionais, desde que estejam relacionadas com a viagem do plano de seguro, qualquer outra cobertura que não esteja relacionada diretamente com a viagem descaracteriza o seguro.

Como se pode observar o seguro viagem possui uma grande gama de cobertura e existe a possibilidade de contratar separadamente algumas coberturas em outros tipos de seguros como demonstrado no Quadro 5.

Quadro 4 - Cobertura básicas do Seguro Viagem que são ofertadas em outros seguros

RAMO/ COBERTURA	Seguro Viagem	Acidentes Pessoais	Plano de Saúde ⁴	Vida	DPVAT ⁵
I - Despesas Médicas Hospitalares e/ou odontológica (nacional)	X	X	X		X
II - Despesas Médicas Hospitalares e/ou odontológica (internacional)	X				
III - Traslado de Corpo	X				
IV - Regresso Sanitário	X				
V - Traslado Médico	X				
VI - Morte em viagem	X	X		X	
VII - Morte Acidental em viagem	X	X		X	X
VIII - Invalidez permanente total ou parcial	X	X		X	X

Fonte: Adaptado Circular nº 315/2014 e Resolução CNSP nº 332/2015.

O Quadro 5 mostra que as coberturas de Traslado de Corpo, Regresso Sanitário e Traslado Médico são ofertadas apenas no Seguro Viagem. No ramo Vida, pode ser ofertado o Auxílio Funeral desde que incluída em algum plano devidamente protocolado na SUSEP (2012), pois esta cobertura em forma de seguro ainda não esta regulamentada, tendo sido levado a Consulta Pública em 2016, conforme noticiado pela FenaPrevi (2016). Demais coberturas podem ser encontradas individualmente em outros seguros, como é caso das coberturas de despesas médicas hospitalares e/ou odontológica nacionalmente; da cobertura em caso de morte (em viagem) existente em outros seguros que não estão diretamente relacionadas a viagens, bem como a cobertura de morte acidental (em viagem). A cobertura de despesas médicas hospitalares e/ou odontológicas internacionalmente só pode ser encontrada em seguros adquiridos por conta de viagens a outros países e nenhum outro seguro oferece tal cobertura.

⁴ Plano de Saúde com atendimento em toda região Nacional, caso de contrato de Plano de Saúde na modalidade municipal ou estadual não é suficiente para garantir atendimento em outras localidades.

⁵ O Seguro DPVAT garante cobertura por danos pessoais causados por veículos automotores de via terrestre, ou por sua carga, a pessoas transportadas ou não.

4 METODOLOGIA

A presente pesquisa objetiva fazer uma análise do mercado de viagens e do mercado de seguros a partir do conhecimento e entendimento de um de seus serviços, o seguro viagem. Para alcance deste objetivo, será realizado um apanhado da legislação brasileira sobre o ramo de seguro viagem, bem como, uma revisão dos conceitos de riscos percebidos pelos viajantes.

Este estudo é classificado, quanto aos procedimentos, como pesquisa bibliográfica que, conforme Gil (2002), é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Cervo, Bervian e Da Silva (2007) reforçam a ideia de que a pesquisa bibliográfica constitui-se da revisão teórica em todo e qualquer trabalho científico, no qual se busca o domínio sobre o tema.

Quanto aos procedimentos, a presente pesquisa também pode ser classificada como levantamento, por se fazer necessário um levantamento de dados que Gil (2002) caracteriza como sendo pela interrogação direta as pessoas cujo comportamento se deseja conhecer.

Quanto à abordagem, a presente pesquisa pode então ser classificada como quantitativa, cujo objetivo principal é mensurar ou quantificar uma ou mais variáveis estudadas (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007).

Para a pesquisa quantitativa, será utilizada uma das técnicas de coleta de dados, o questionário, por ser um conjunto de questões que são respondidas por escrito pelo pesquisado e essa coleta pode ser feita por várias formas, podendo ser pessoalmente, distribuídas por correio ou enviadas através de correio eletrônico. Neste trabalho, os questionários foram disponibilizados na internet por permitir cobrir um maior número de pessoas em pouco tempo e com custos reduzidos, facilitando atingir o público a quem se destina.

4.1 Técnicas de amostragem

Bussab e Morettin (2010) definem amostra como sendo qualquer subconjunto da população. Existem diversas técnicas para escolha deste

subconjunto, podendo ser uma amostragem probabilística ou não probabilística. Morettin (2010) define que uma amostra é probabilística quando cada unidade amostral da população tem probabilidade diferente de zero e conhecida de pertencer a amostra. Enquanto que a amostra não probabilística a probabilidade de cada unidade é desconhecida, podendo ter elementos com probabilidade nula.

Ferreira (2015) traz que a amostragem não probabilística é subjetiva e que a variabilidade dos resultados da amostra não pode ser obtida com precisão, porém resulta em custos baixos e uma coleta de dados mais rápida.

A amostra por conveniência, utilizada neste estudo, é um tipo de amostragem não probabilística que permite ao entrevistador liberdade para escolher quem responderá ao questionário. Permitindo, assim a escolha de entrevistados que estão mais acessíveis e gerando informações mais rápidas (COOPER; SCHINDLER, 2016; FERREIRA, 2015).

As amostras por conveniência não são recomendadas para a pesquisa descritiva ou causal com o objetivo de inferir conclusões sobre uma população, contudo Malhotra (2011) afirma que as amostras por conveniência podem ser úteis em pesquisas de cunho exploratório que objetivam gerar ideias e adquirir novas concepções.

4.2 Estrutura do questionário

Ao se formular um questionário, deve-se ter atenção nas formulações das perguntas, no ordenamento das questões, classificação das variáveis e aspectos gerais do questionário. Gil (2002) apresenta algumas regras que devem seguir a estrutura de um questionário:

- a) questões devem ser fechadas, com alternativas amplas para abrigar o máximo de respostas possíveis;
- b) inclusão de perguntas relacionadas ao problema proposto;
- c) evitar perguntas que penetrem na intimidade do entrevistado;
- d) as perguntas devem ser claras, concretas e precisas;
- e) a pergunta deve possibilitar uma única interpretação;
- f) a pergunta não deve sugerir respostas;

- g) deve ser evitada inclusão de palavras estereotipadas que podem influenciar as respostas, tanto positiva quanto negativamente;
- h) o questionário deve conter instruções acerca do correto preenchimento.

Sampieri, Callado e Lucio (2010) apresentam que o conteúdo das perguntas de um questionário devem ser abertas, não delimitando as alternativas de respostas, ou podem ser fechadas, que contêm categorias ou opções de respostas de forma previamente delimitadas. As perguntas fechadas são mais fáceis de codificar e realizar as análises.

O questionário utilizado neste pesquisa é composto de perguntas fechadas e algumas destas por escala. Será utilizada no questionário a Escala de Likert desenvolvida em 1932 por Rensis Likert. A Escala de Likert é um conjunto de itens apresentados como afirmações ou opiniões, no qual a reação dos participantes é medida. Atualmente a escala passou a ter perguntas e observações (SAMPIERI; CALLADO; LUCIO, 2010).

O questionário aplicado é dividido em quatro seções. A primeira seção, intitulada informações socioeconômicas, tem a finalidade de traçar o perfil do entrevistado. A segunda seção é destinada à frequência em que o entrevistado viajou utilizando o transporte aéreo. A terceira seção, intitulada coberturas, tem a finalidade de captar o entendimento dos entrevistados, independente de terem ou não contratado um seguro viagem, referente às coberturas hoje ofertadas e garantidas pela Resolução CNSP nº 315/2014.

A quarta seção é dividida em dois momentos. O entrevistado será direcionado para uma seção dependendo se teve ou não coberturas de seguro viagem. Caso tenha possuído em algum momento cobertura do seguro viagem, o entrevistado será direcionado para responder perguntas referentes à qualidade do seguro viagem. Caso não tenha possuído, será direcionado a um conjunto de perguntas que visam para identificar os motivos que levaram a não contratação do seguro.

4.3 Seleção da amostra e aplicação do questionário

De acordo com a “Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem” realizada em dezembro de 2016 48,1% das pessoas com pretensão de viajar

nos próximos seis meses escolhem o transporte aéreo (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2016). Considerando a importância deste meio de transporte e o interesse em explorar a questão da percepção dos usuários sobre seguro viagem, restringiu-se a aplicação do questionário a pessoas que já viajaram utilizando o transporte aéreo. O público-alvo da pesquisa é, então, o usuário de transporte aéreo. Destaca-se que o seguro viagem não possui cobertura exclusiva para os segurados que se utilizam desse meio de transporte, podendo utilizar-se de outros meios como rodoviários, ferroviários e navais.

A seleção da amostra foi por conveniência, pelo fato dos entrevistados estarem acessíveis com facilidade, utilizando-se das redes sociais para divulgação do questionário.

5 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

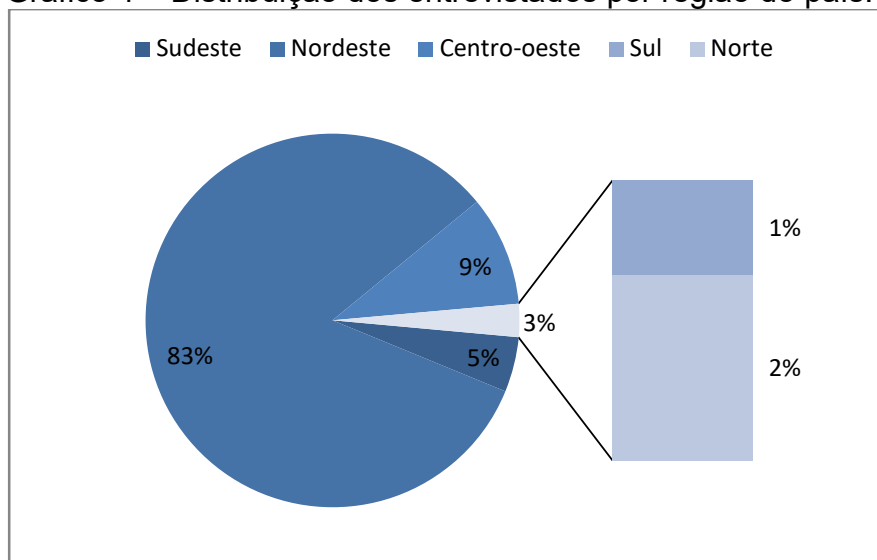
Nesta seção serão apresentados os dados coletados com base no questionário aplicado com 105 pessoas⁶ de diferentes regiões do país, tendo a sua concentração maior na região Nordeste devido à escolha da técnica de amostragem, por acessibilidade.

5.1 Perfil dos entrevistados

Para traçar o perfil do entrevistado o questionário apresenta algumas perguntas comuns como de sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade, renda e região.

O Gráfico 4 mostra que os dados coletados, em sua grande maioria, é da região Nordeste com 83%, seguindo de 9% da região Centro-oeste. Como a pesquisa foi aplicada na internet e divulgada nas redes sociais permitiu alcançar pessoas de outras regiões do país

Gráfico 4 – Distribuição dos entrevistados por região do país.



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

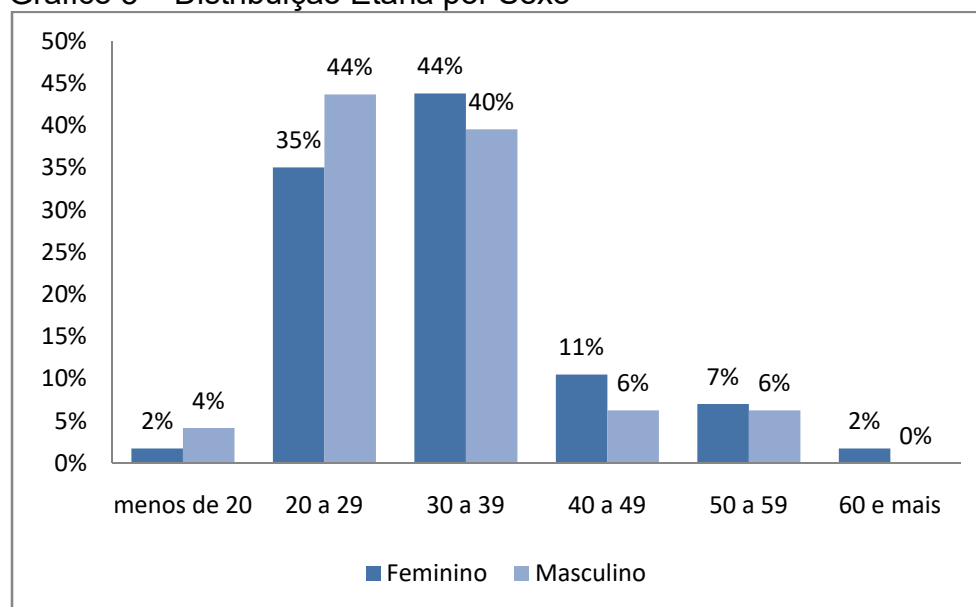
A pesquisa “Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem” realizada em dezembro de 2016 (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2016) mostrou

⁶ Formulário distribuído para aproximadamente 160 pessoas obtendo 105 respondidos uma proporção de 65,63% dos questionários enviados respondidos.

que 49,4% dos entrevistados tinham a intenção de escolher a região Nordeste como destino turístico, seguida da região Sudeste com 26%.

Dentro da amostra pesquisada, 54% são do sexo feminino e 46% do sexo masculino. O Gráfico 5 apresenta a distribuição etária da amostra onde 83,8% dos entrevistados encontram-se nas faixas etárias menores que 39 anos. Este percentual jovem pode ter sido devido ao questionário ser aplicado pela internet e nas redes sociais. A população brasileira é essencialmente jovem, tendo 73,35% da população até 44 anos de idade⁷.

Gráfico 5 – Distribuição Etária por Sexo



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

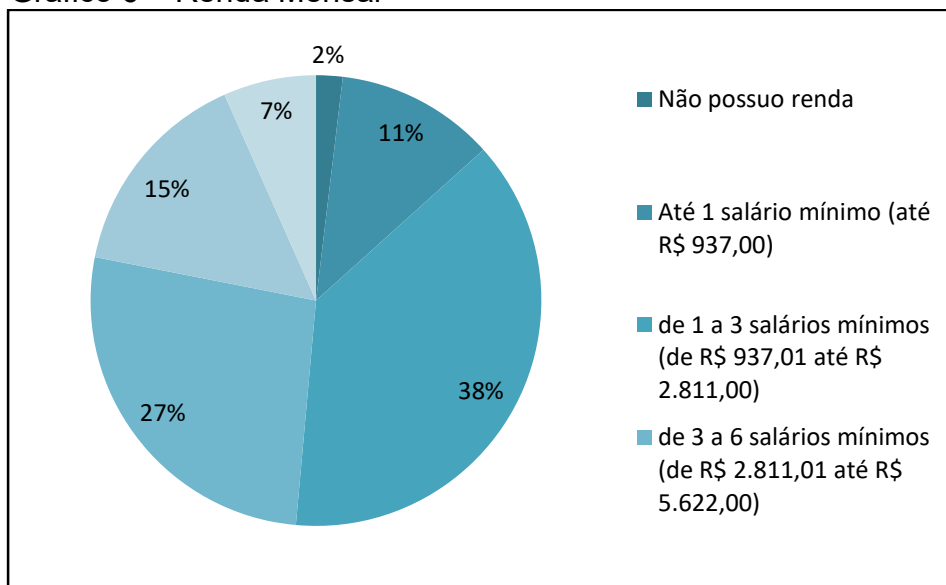
Ao ser verificado o estado civil a amostra apresenta 61% solteiros, seguidos de 33% casados, isso devido ao número de pessoas jovens da amostra. Onde 54,7% dos solteiros estão na faixa etária de 20 a 29 anos de idade e 65,6% estão concluindo ou concluíram o ensino superior. Quando se verifica o perfil dos casados 55,1% estão na faixa etária de 30 a 39 anos de idade e 51,4% já são pós-graduados.

A renda mensal é apresentada no Gráfico 6, no qual 51,4% possui renda de até três salários mínimos. Observou-se que 57,7% da amostra com renda até três salários mínimos possuem ensino superior incompleto, enquanto que 74,5% das pessoas com renda acima de três salários mínimos possuem o

⁷ segundo dados do Censo Demográfico de 2010, realizado pelo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010).

ensino superior completo ou pós-graduação. Percebe-se na amostra observada, que um maior o grau de escolaridade está associado a uma maior renda mensal do entrevistado.

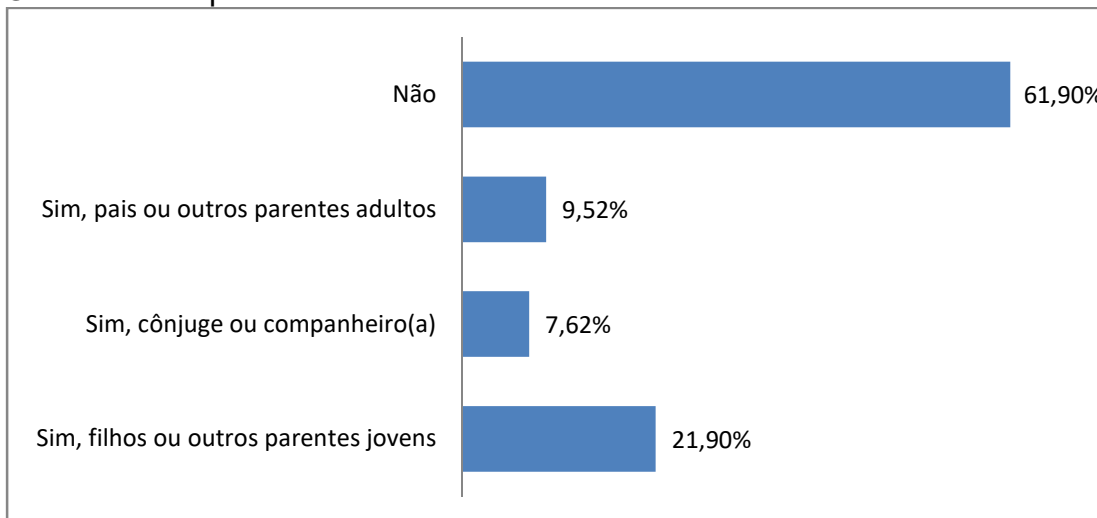
Gráfico 6 – Renda Mensal



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

O Gráfico 7 apresenta que a maioria dos entrevistados não possui dependentes econômicos, isto é reflexo do perfil jovem da amostra. Ter filhos ou outros parentes jovens como dependentes econômicos representa 21,9% dos entrevistados.

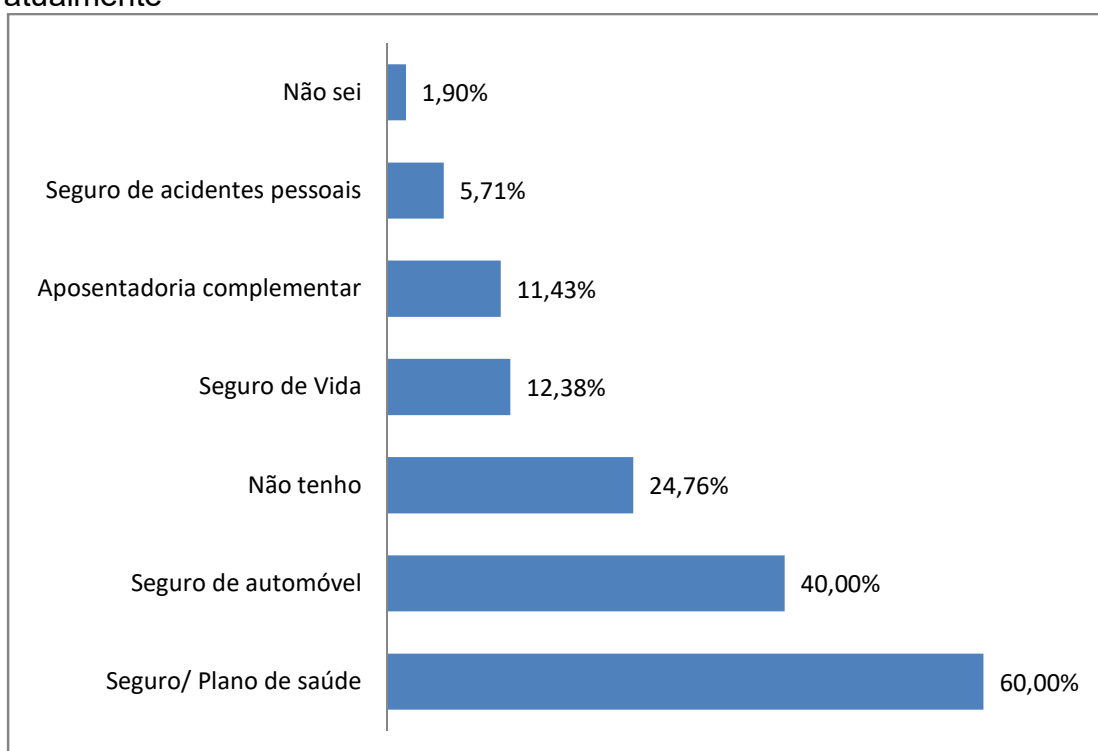
Gráfico 7 – Dependentes econômicos



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

O Gráfico 8 mostra que a preocupação, das pessoas pesquisadas, em se proteger de eventos incertos é grande, principalmente em relação a plano de saúde complementar, com 60% dos entrevistados com essa cobertura atualmente. O seguro de automóveis aparece em segundo com 40% dos entrevistados. Percebe-se também que apenas 11,43% dos entrevistados possuem aposentadoria complementar, onde 75% são pessoas que estão em faixa etária acima de 30 anos de idade e destes 50% são casados ou divorciados, sugerindo que, na amostra pesquisada os jovens ainda não se preocupam com esta poupança.

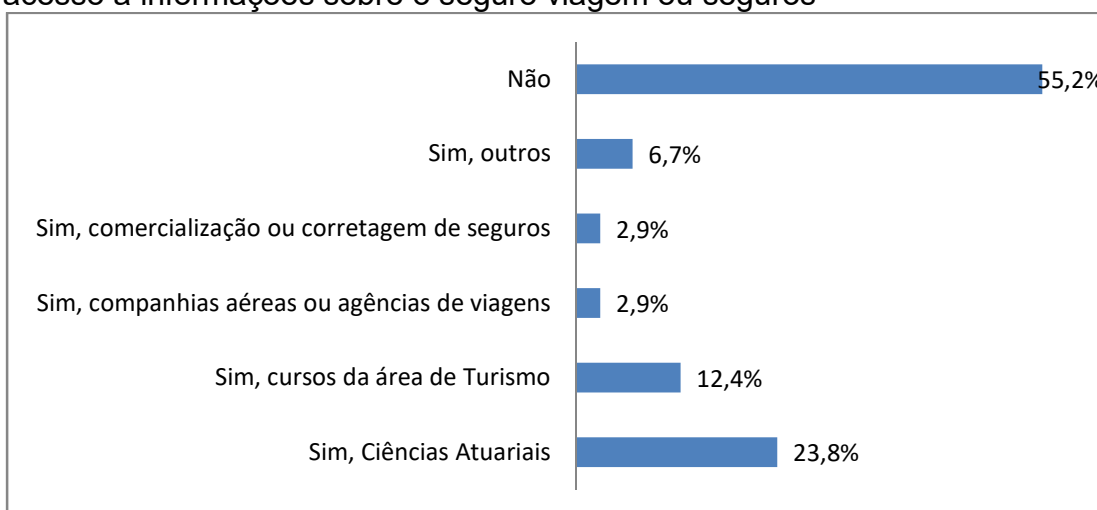
Gráfico 8 - Possui algum outro tipo de seguro e/ou cobertura privada atualmente



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

Como a amostra é por conveniência poderia ocorrer da pesquisa se restringir a pessoas que estudam ou trabalham em áreas relacionadas e com acesso a seguro viagem ou seguro de forma geral. Assim, pode-se supor, na amostra, que não há relação entre a pessoa ter contato direto em área relacionadas a seguro viagem ou seguro, pois a percepção destes grupos, quanto às coberturas e riscos da viagem, são bem similares.

Gráfico 9 – Estudam(ou) ou trabalham(ou) em áreas relacionadas com o acesso a informações sobre o seguro viagem ou seguros



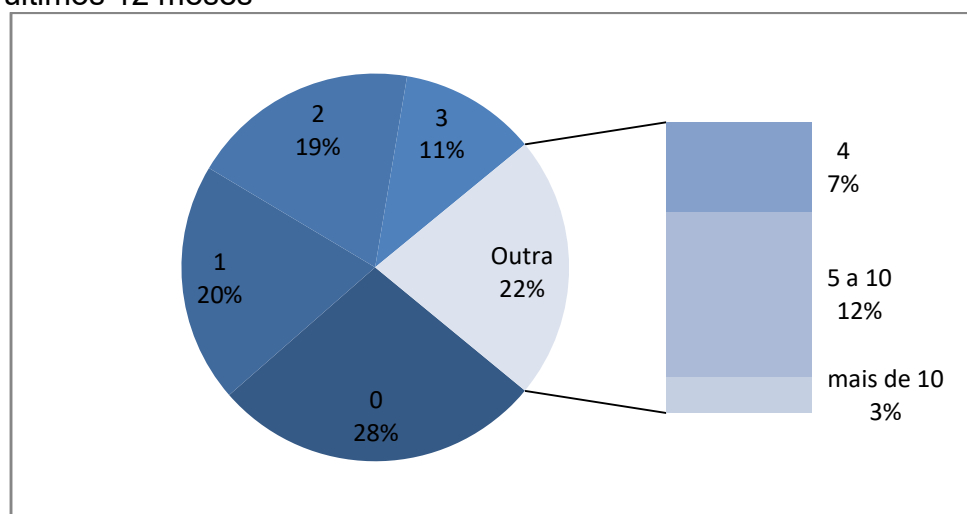
Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

O Gráfico 9 apresenta que 44,6% dos entrevistados atuam em áreas com acesso a informação de seguro viagem ou seguro, como plano de saúde, seguros, corretagem, cursos na área de turismo ou em companhias área ou agencias de viagens. Percebe-se que 78,7% possuem algum tipo de seguro ou cobertura privada, sendo 55,3% com plano de saúde e 10,6% aposentadoria complementar.

5.2 Frequência de viagens utilizando o transporte aéreo

A pesquisa foi restrita a pessoas que já viajam utilizando o transporte aéreo, com isso a frequência com que se utiliza este meio de transporte se faz relevante para este estudo. Buscou-se verificar a frequência dos últimos 12 meses com que o transporte aéreo foi utilizado, pode-se notar que 72,4% viajaram pelo menos uma vez nos últimos 12 meses e 27,6% não viajaram, apesar de já ter viajado em algum momento utilizando o transporte aéreo, foco desta pesquisa. Percebe-se que 60,5% dos entrevistados que viajaram nos últimos 12 meses utilizando o transporte aéreo possuem renda acima de 3 salários mínimos e 23,7% das pessoas entrevistadas estão em faixa etária acima de 40 anos de idade. O tempo da última viagem aérea poderia dificultar a análise dos dados, uma vez que quanto mais recente a viagem mais fácil o pesquisado responder sobre a viagem e as perguntas relacionadas a ela.

Gráfico 10 – Frequência de viagem utilizando o transporte aéreo nos últimos 12 meses



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

O Gráfico 10 apresenta a frequência de viagem utilizando o transporte aéreo nos últimos 12 meses, percebe-se que 22% dos entrevistados viajaram mais de 4 vezes utilizando o transporte aéreo.

5.3 Coberturas – Seguro Viagem

A seção coberturas apresentará a aceitação dos entrevistados em relação às coberturas básicas e opcionais que as seguradoras podem ofertar nas apólices de seguros viagem, de acordo com a Resolução nº 315/2014 que passou a vigorar em setembro/2016.

Observou-se na amostra sob análise que 88,6% dos entrevistados já ouviram falar em algum momento sobre o seguro viagem. Esse comportamento também foi observado entre as pessoas que não estão ligadas diretamente com áreas que possuem acesso à informação de seguro e viagens, com esse indicador próximo de 86,2%. Para as pessoas ligadas às áreas com mais acesso à informação, este número é um pouco superior representando 91,5%. Verifica-se então que, na amostra analisada, as pessoas se mostram informadas sobre a disponibilidade da cobertura de riscos associados a viagens pelas companhias de seguro.

As coberturas de seguro visam minimizar os riscos que ela envolve. Quando questionado sobre as coberturas básicas ofertadas pelo seguro

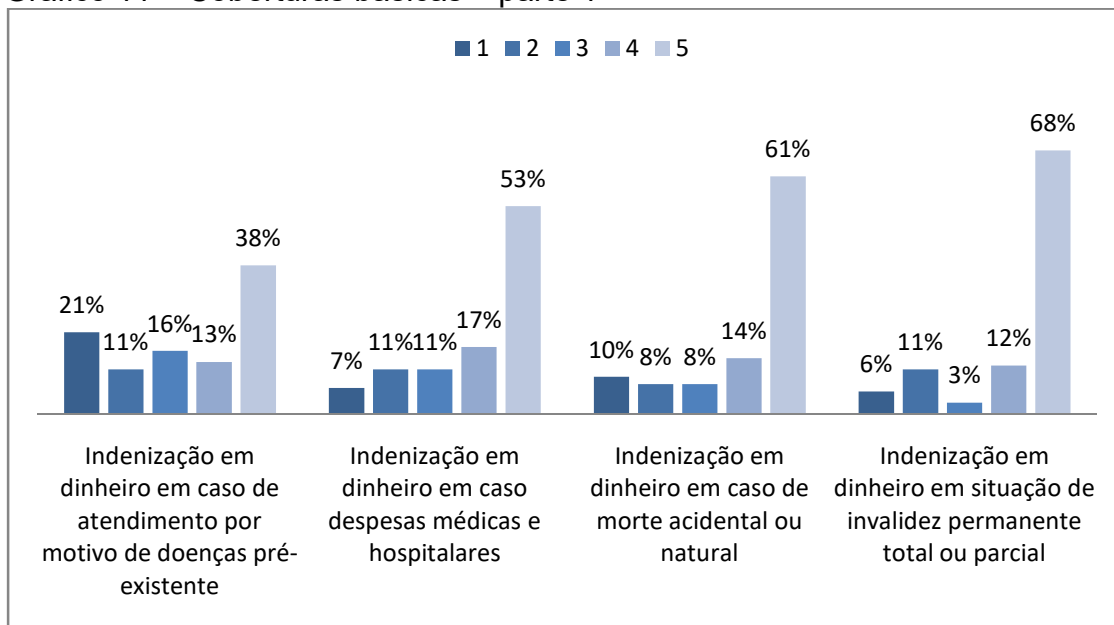
viagem, previstas na Resolução 315/2014, os entrevistados, entendem os riscos que envolvem uma viagem e, em geral, reportam como importantes as coberturas oferecidas.

Foi solicitado que cada entrevistado, através da escala de Likert, apresentasse o grau que considera cada cobertura de menos importante (resposta 1) para mais importante (resposta 5).

Dentre as coberturas básicas, pode-se notar que a cobertura com maior proporção, 21%, de respostas menos importante (resposta 1) é a de “Indenização em dinheiro em caso de atendimento por motivo de doenças pré-existente”; enquanto 38% consideram como sendo uma cobertura muito importante. Nota-se que 81,8% das pessoas que classificaram esta cobertura como “menos importante” possui menos de 39 anos e 59,1% são solteiros e não possuem dependentes financeiros (GRÁFICO 11).

Já a cobertura de “Indenização em dinheiro em situação de invalidez permanente total ou parcial” foi a que recebeu maior proporção de respostas de “maior importância”, perfazendo 68% dos entrevistados (GRÁFICO 11).

Gráfico 11 – Coberturas básicas – parte 1

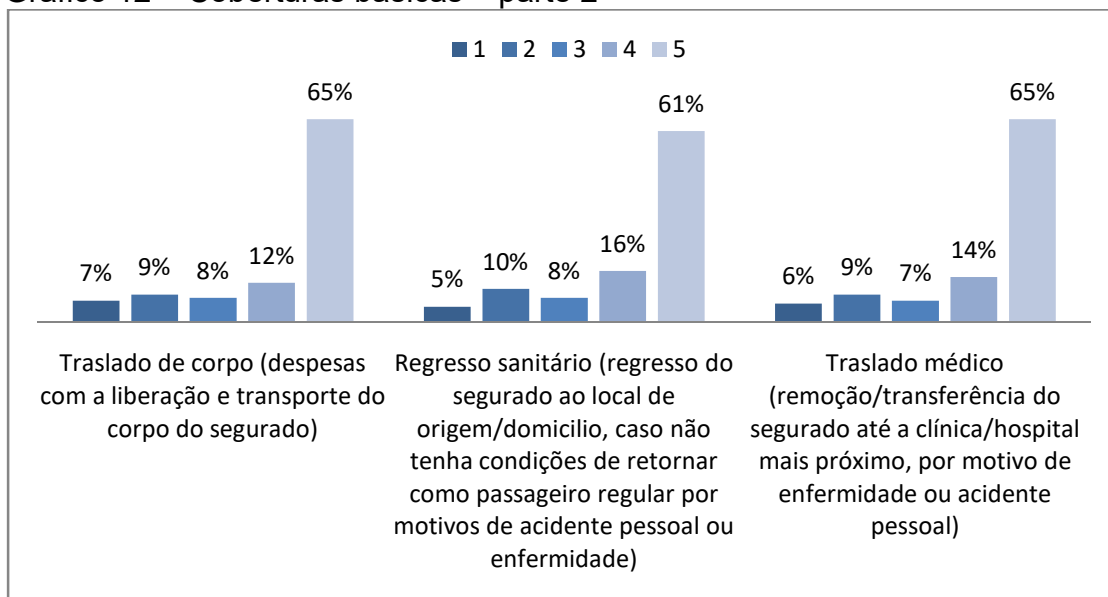


Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

As coberturas “Traslado de corpo” e “Traslado médico” receberam respostas “muito importante” de 65% dos entrevistados. Ficando em segundo lugar nesse indicador, que revela a importância dessas coberturas para os

entrevistados. Essas coberturas permitem ao segurado o retorno ao local de residência e estar próximo dos familiares e amigos para serem cuidados em situações de enfermidades, acidentes pessoais e morte. As coberturas de “Regresso Sanitário” e de “Indenização em dinheiro em caso de morte accidental ou natural” foram consideradas “muito importante” por 61% dos entrevistados (GRÁFICOS 11 e 12).

Gráfico 12 – Coberturas básicas – parte 2



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

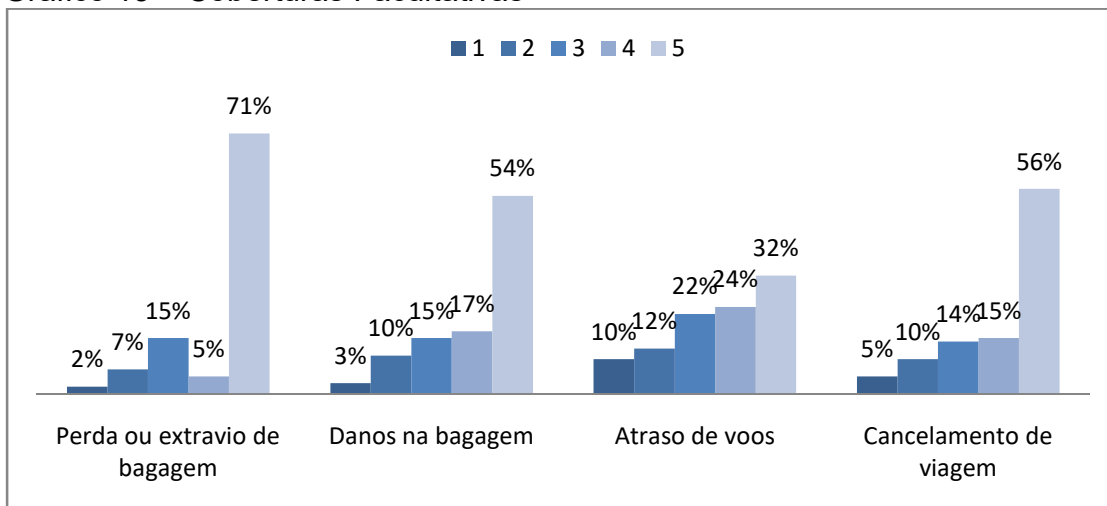
O Gráfico 12, apresenta outras três coberturas básicas que podem ser ofertados no seguro viagem. Percebe-se que a cobertura com traslado de corpo em caso de morte é classificado como muito importante por 65% dos entrevistados, assim com a cobertura de traslado médico. Observou-se que desses 61,8% possuem acima de 30 anos de idade e 33,8% possuem algum dependente econômico. A importância dedicada às coberturas indica entre os entrevistados uma preocupação com os eventos incertos que venham a acontecer na viagem.

Todas as coberturas básicas, exceto a cobertura de indenização em dinheiro nos casos de atendimento por motivo de doença pré-existentes, foram classificadas como “menos importante” abaixo dos 10%, demonstrando que as coberturas atuais do seguro viagem atendem de forma positiva a demanda dos turistas (GRÁFICOS 11 e 12).

Em adição as coberturas básicas, as seguradoras podem ofertar coberturas facultativas que devem ser obrigatoriamente ligadas ao motivo de viagem. Na Resolução nº 315/2014 estão relacionadas quatro coberturas facultativas perda ou extravio de bagagem; danos na bagagem; atraso de voos e cancelamentos de viagem.

Nota-se que a preocupação maior dos entrevistados é o risco de perda ou extravio da bagagem que representa 71%, o risco de ficar desamparado em um lugar diferente do seu convívio e sem os seus pertencem é o risco que mais aflige os entrevistados, não importando o perfil do entrevistado. Apesar de ser considerada uma cobertura facultativa para as seguradoras quase todas as ofertam. O risco de ter sua viagem cancelada é vista por 56% dos entrevistados como muito importante, muitos não querem ver a programação e a preparação de sua viagem frustrada por conta do cancelamento, o atraso de voos não é visto como algo de muita importância, para a maioria dos entrevistados, visto que 32% responderam que essa cobertura é muito importante.

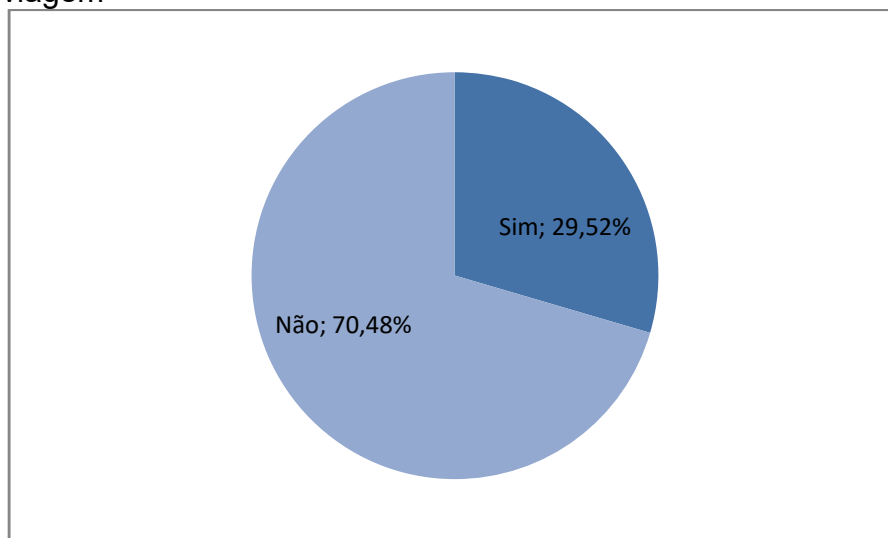
Gráfico 13 – Coberturas Facultativas



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

Foi questionado aos entrevistados se em algum momento houve adesão ao seguro viagem. Este questionamento se faz necessário, pois o seguro viagem não é um seguro obrigatório, exceto para viagens internacionais e para os países do Tratado de *Schengen*.

Gráfico 14 – Em algum momento esteve coberto pelo de seguro viagem



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

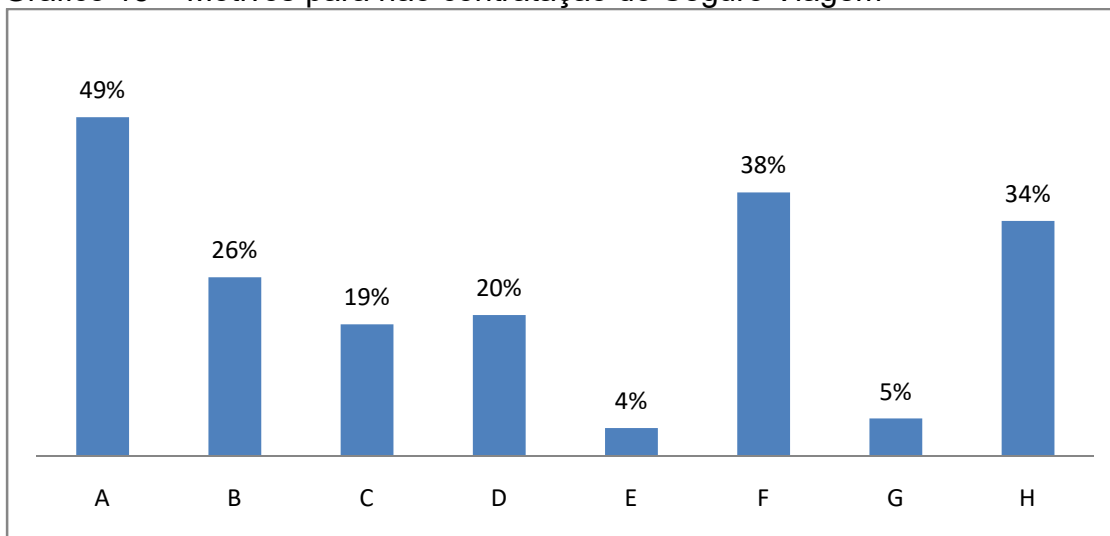
Apesar das pessoas estarem cada vez mais preocupada com os riscos e incertezas que a cercam e considerando as coberturas básicas muito importantes, apenas 29,52% das pessoas entrevistadas já aderiram em algum momento ao seguro viagem (GRÁFICO 14). Mesmo dentre as pessoas que estuda(ou) ou trabalha(ou) em áreas com informações sobre o seguro o percentual é praticamente o mesmo sendo de 29,79%. Pode-se então perceber que, na amostra estudada, o acesso a informação ao seguro não é fator determinante para aderir o seguro viagem.

5.4 Motivação para não contratação do Seguro Viagem

O mercado de seguros vêm crescendo nos últimos anos, mas ainda há, segundo Contador(2006), grande espaço para sua expansão no Brasil. Vários podem ser os motivos que levam uma pessoa a não contratar um seguro. Com foco no objeto de pesquisa, tenta-se entender as motivações para a não contratação do seguro viagem a partir de questionamento incorporado ao questionário de pesquisa.

No Gráfico 15 pode-se verificar que a percepção de custo elevado do seguro foi o principal motivo para a não adesão com 49% dos entrevistados que não aderiram ao seguro por esse motivo; seguido de 38% que não consideraram o risco relevante na viagem que realizou.

Gráfico 15 – Motivos para não contratação do Seguro Viagem



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

Segue a legenda das informações do gráfico:

A: Considerei o custo elevado/ encarecimento da viagem;

B: Desconhecia as coberturas do seguro;

C: Não sabia onde adquirir o seguro;

D: Falta de tempo para pesquisar preços e contratar o seguro;

E: Já possuo outro(s) seguro(s) e acreditava estar coberto para alguns riscos da viagem;

F: Não considerei relevante o risco para viagens que fiz;

G: Não ter confiança em seguro(s);

H: Acreditava que a companhia aérea/agência de viagem eram responsáveis para alguns riscos na viagem.

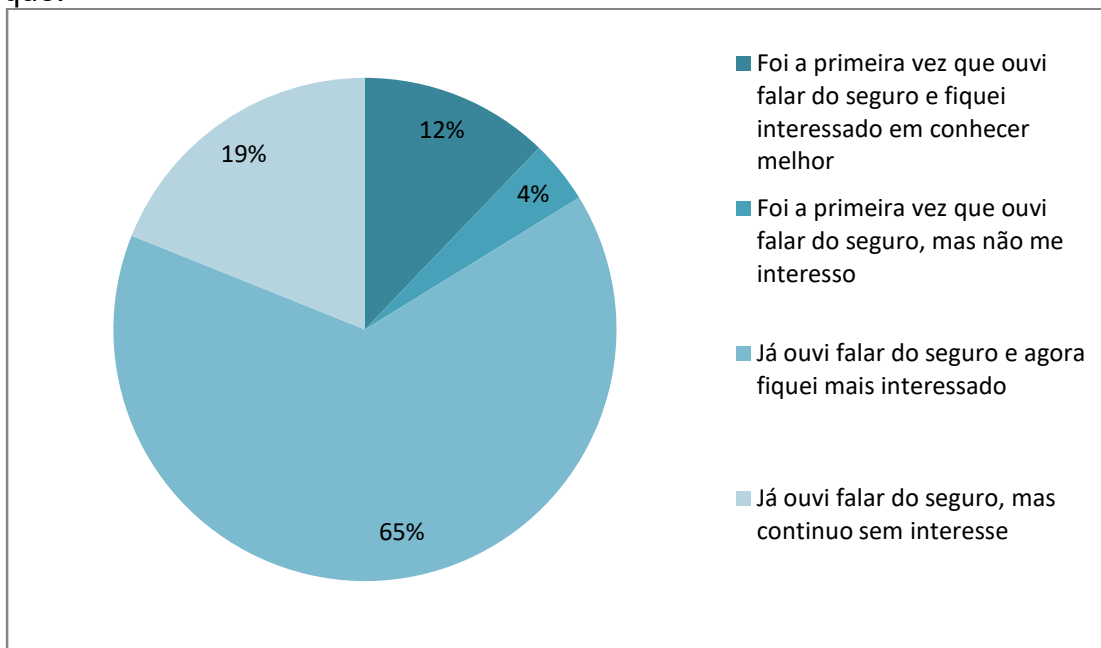
A pesquisa revela, ainda, que 34% dos pesquisados acreditavam que a companhia aérea ou agência de viagem se responsabilizavam pela cobertura de alguns riscos na viagem (GRÁFICO 15). A companhia aérea de fato é responsável por alguns riscos enquanto estão sob sua responsabilidade, antes do embarque ou depois do desembarque qualquer eventualidade não mais está sob a responsabilidade das companhias aéreas. As agências de viagens se responsabilizam pela execução dos serviços ofertados e não por ocorrências que não estejam ligadas aos serviços ofertados.

Não é surpresa ter um número de 26% dos entrevistados que desconheçam as coberturas do seguro viagem. Por não ser um seguro muito comum e novo, este percentual pode até ser considerado pequeno. Pois, mesmo dentre o grupo de pessoas que estuda(ou) ou trabalha(ou) em áreas com informações sobre o seguro, o percentual resultou em 24%.

A falta de tempo para pesquisar preços e contratar o seguro foi de 20%, sendo ainda necessário que as agências de viagens trabalhem para

ajudar os turistas na escolha do seguro que melhor se adequa ao perfil do turista e da viagem; reforçando esse aspecto 19% dos entrevistados responderam que não sabiam onde aderir o seguro.

Gráfico 16 - Após responder a esta pesquisa sobre seguro viagem, você avalia que:



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

Após responder ao questionário, que apresenta as coberturas básicas e facultativas do seguro viagem, 77% dos entrevistados demonstraram estar mais interessados no seguro viagem. Destes 40,35% possuem renda superior a 3 salários mínimos e 57,9% com ensino superior completo ou pós-graduação. Dessa forma destaca-se a importância da difusão da informação para o desenvolvimento desse tipo de cobertura.

E entre os que possuem acesso a informação, notou-se que 73% dos entrevistados demonstraram estar mais interessado no seguro viagem, destes 54,16% possuem ensino superior completo ou pós-graduação e 45,8% possuem renda superior a 3 salários mínimos.

5.5 Avaliação da qualidade do seguro viagem

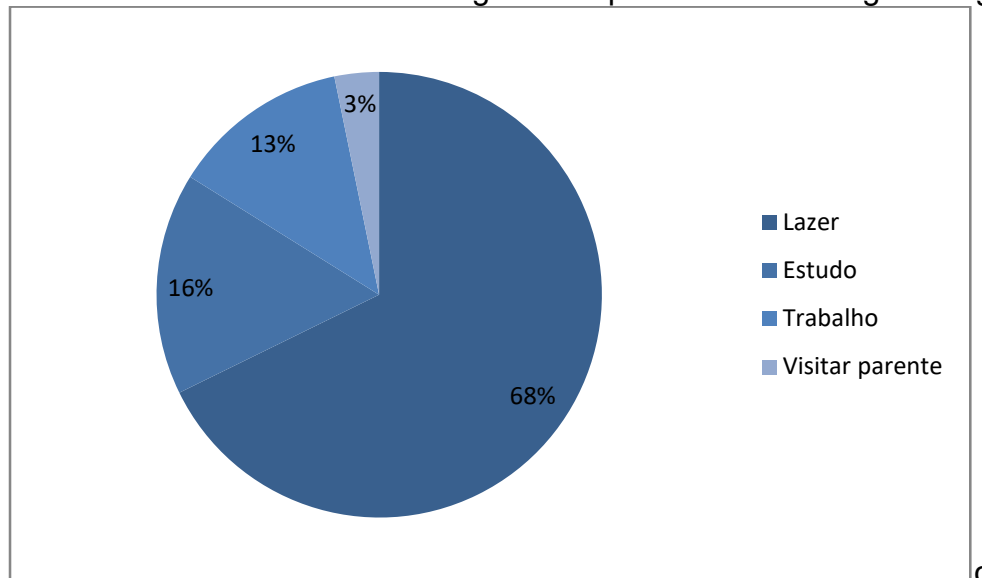
Buscou-se entender os motivos para a contratação e o tipo de viagem realizada, considerando a última vez que aderiu o seguro viagem.

Dentro das pessoas que responderam que já aderiram ao seguro viagem tem-se que 54,8% foram de pessoas que não estuda (ou) ou trabalha (ou) em áreas com informações sobre o seguro. Pode-se verificar que o grupo pesquisado está proporcionalmente balanceado; ademais, as análises dos resultados da pesquisa mostram que as respostas dos dois grupos os que possuem e os que não possuem ligação com áreas afins a seguros, não interferem nos resultados.

A Resolução CNSP 315/2014 entrou em vigor apenas em setembro/2016, apesar das seguradoras já terem começado a se adequar a resolução antes mesmo de setembro. Verificou-se na amostra analisada, qual o momento da adesão ao seguro viagem, com 45,2% dos entrevistados a contratação do seguro viagem em menos de um ano. Nestas situações já há adequação por parte das seguradoras à resolução sob comento.

Para os 29,5% que já aderiram em algum momento às coberturas de seguro viagem, foi verificado que em 71% era em viagem internacional e os demais 29% em viagem nacional.

Gráfico 17 – Motivo da última viagem em que contratou o seguro viagem

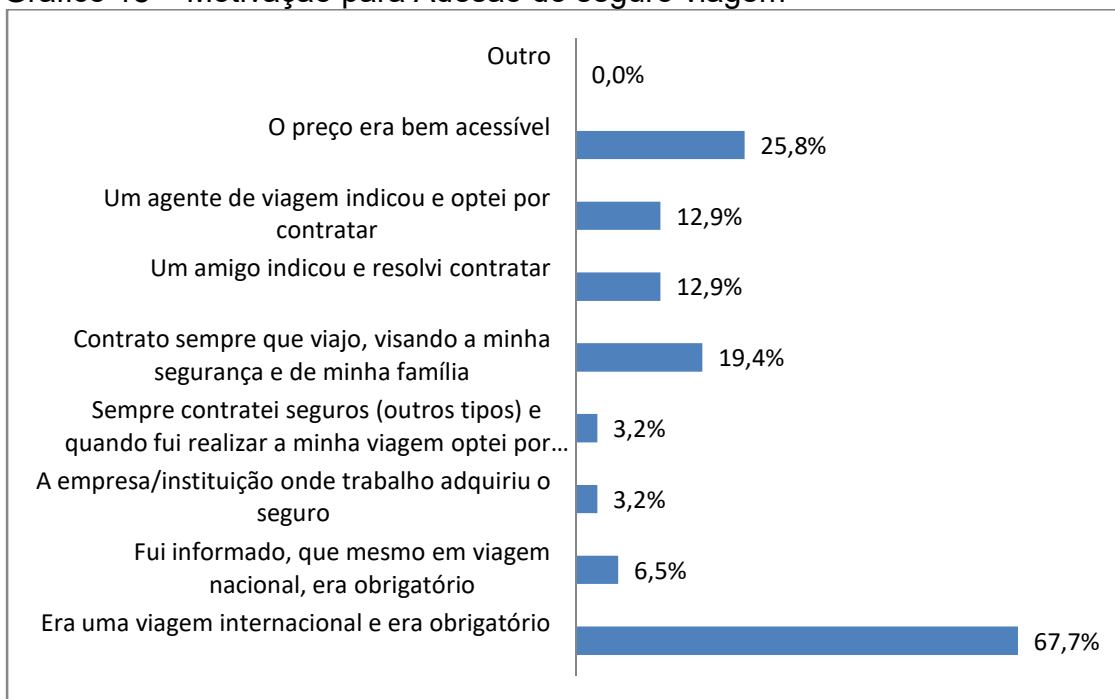


Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

Observou-se, na amostra, que a principal motivação das viagens (68%) foi o lazer; os estudos ficaram em segundo (16%) na motivação (GRÁFICO 17).

Dentro do estudo foi solicitado aos entrevistados, que aderiram ao seguro viagem, que respondessem qual a motivação para a adesão do seguro em sua última viagem. A motivação maior para a contratação do seguro viagem foi obrigatoriedade na viagem internacional, respondido por 67,7% dos entrevistados. Destaca-se que 19,4% das pessoas contrataram o seguro visando a segurança pessoal e familiar (GRÁFICO 18), destas 57,1% possuem superior completo ou pós-graduação e são casados, reforçando que, na amostra, pessoas com família formada tendem a se preocupar mais com as incertezas envolvendo uma viagem. Percebe-se que 28,6% possuem filhos como dependentes econômicos.

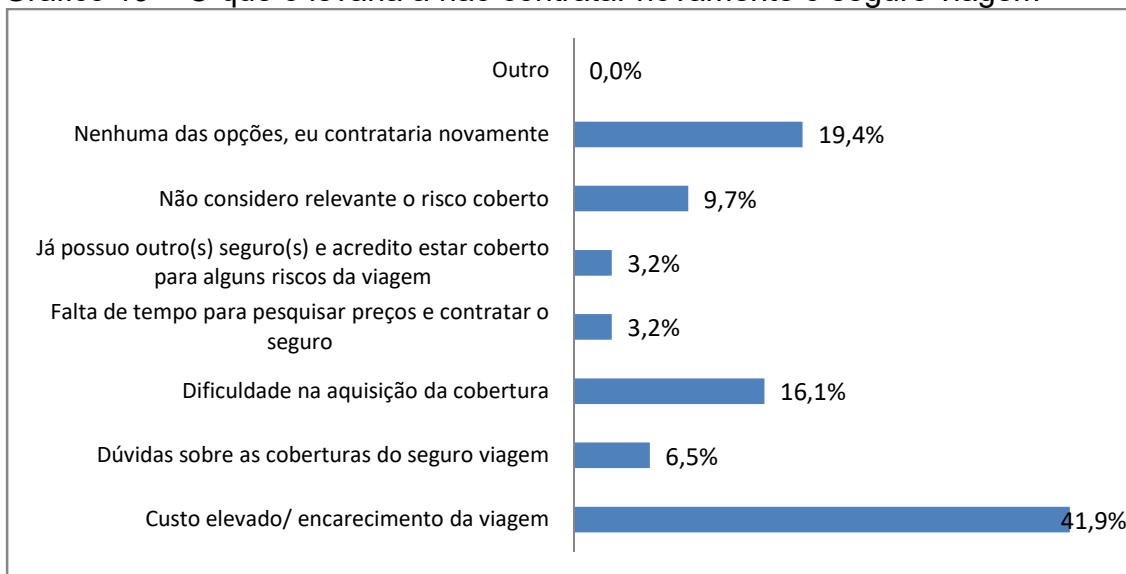
Gráfico 18 – Motivação para Adesão do seguro viagem



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

Os resultados da entrevista revelaram que 41,9% dos entrevistados deixariam de contratar o seguro viagem, caso percebessem que o custo elevado (GRÁFICO 19). Os resultados verificados na amostram indicam que as seguradoras devem ficar atentas ao processo de acesso e difusão da cobertura do seguro viagem, pois 16,1% dos entrevistados afirmaram que a dificuldade na aquisição das coberturas poderia levá-los a desistir de contratar o seguro novamente; bem como 6,5% possuem dúvidas sobre as coberturas.

Gráfico 19 – O que o levaria a não contratar novamente o seguro viagem



Fonte: Autor, a partir dos dados coletados

Vale ressaltar que esta pesquisa não deve ser expandida para a população como um todo, devido à técnica de amostragem utilizada. Apesar de alguns autores considerarem uma técnica relevante para estudos onde se deseja adquirir novas concepções e gerar novas ideias, o que é o caso do seguro viagem ainda pouco explorado e estudado.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se concluir com o trabalho que o seguro viagem é um seguro em crescimento e vem ganhando grande visibilidade; atenta a este crescimento a SUSEP e o CNSP com a Resolução nº 315/2014 buscam normatizar e fiscalizar este ramo do mercado segurador.

A recente resolução trouxe um avanço em termos de segurança na relação de consumo do seguro viagem e nas coberturas disponíveis; uma vez que antes do normativo o que estava disponível eram contratos de assistência viagem. Esta assistência poderia ser ofertada por qualquer empresa que não necessariamente estava sob a fiscalização da SUSEP.

A pesquisa aponta que, entre os entrevistados, uma grande proporção conhece o seguro viagem, e já estão habituados a adquirir outras coberturas que os resguardem das incertezas que possam causar prejuízos financeiros. Apenas 24,8% das pessoas entrevistadas não possuem nenhum seguro ou plano de saúde e, entre essas pessoas, 73,1% não possui dependentes econômicos e 84,6% são solteiros, o que pode indicar que este perfil é o que menos se preocupa com as incertezas.

Os resultados apontam ainda que a grande maioria dos entrevistados já ouviram falar do seguro viagem. As coberturas básicas que a Resolução nº 315/2014 apresenta são bem aceitas, considerando a escala de Linkert onde a maioria das coberturas foram avaliadas em mais de 70% como importante e muito importante. Fora desse padrão a cobertura para doenças pré-existentes que foi classificada por 51,4% dos entrevistados como importante e muito importante.

Entre as coberturas complementares, de oferta não obrigatória pelas seguradoras, a cobertura de "atrasos de voos" foi classificada como menos importante.

A proporção de pessoas entrevistadas que aderiram ao seguro viagem foi de 29,5%. Se forem desconsideradas as pessoas que aderiram por ser obrigatório, este número se reduz para 10,8% dos entrevistados que aderiram o seguro por outro motivo que não tenha sido a obrigatoriedade. Observou-se que a maior motivação para a contratação do seguro viagem foi o

fato da viagem ser internacional e por ser obrigatório, para alguns países do Tratado de *Schengen*, apontado por 67,7% das pessoas.

O preço acessível foi apontado por 25,8% dos entrevistados, como sendo a motivação para a contratação do seguro. Um fato interessante é que 19,4% afirmaram que contratam sempre que viajam visando à segurança própria e familiar. Destaca-se que, entre os entrevistados, pôde perceber a preocupação em se proteger nos momentos de incertezas; pois 100% dos entrevistados que afirmam que contratam o seguro viagem sempre que viajam possuem alguma outra cobertura privada ou plano de saúde.

Por fim, conclui-se que a Resolução Nº 315/2014, que veio para fiscalizar e proteger os consumidores, possui coberturas básicas vistas pelos entrevistados como importantes.

A ausência de trabalhos que tratem do seguro viagem no Brasil, assim como fora do país foi uma das limitações que encontrou-se na construção deste trabalho. Destaca-se ainda a limitação de informação desagregada a respeito do seguro viagem, por ser um seguro novo no Brasil, nos relatórios públicos disponibilizados pela SUSEP.

Sugerem-se outros estudos que utilizem técnica de amostragem aleatória para que os resultados possam ser expandidos para a população do Brasil. Outra área de estudos são as viagens realizadas por outros meios de transporte, tais como: rodoviários, ferroviários e navais.

Por fim, apesar das limitações deste estudo, considera-se que os objetivos propostos para a pesquisa foram alcançados.

REFERÊNCIAS

AMOR, Daniel. **A (r)evolução do e-business**. São Paulo: Makron Books, 2000.

AZEVEDO, Gustavo Henrique W. de. **Seguros, matemática atuarial e financeira**. São Paulo: Saraiva, 2008

BARRETO, Margarita. **Manual de Iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed.. Campinas, Papirus Editora, 2010.

BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A.. **Estatística Básica**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

BRASIL. CASA CIVIL. Decreto Lei nº 73. Brasil, 1966. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0073.htm>. Acesso em 12 mar. 2017

BRASIL. CASA CIVIL. Decreto Lei nº 5.910. Brasil, 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5910.htm>. Acesso em 18 jun. 2017

_____. CASA CIVIL. Lei nº 11.771. Brasil, 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>. Acesso em 12 mai. 2017

_____. CASA CIVIL. Lei nº 11.182. Brasil, 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/l11182.htm>. Acesso em 18 jun. 2017

_____. CONSELHO NACIONAL DE SEGUROS PRIVADOS. **Resolução nº 315/2014**. Brasília/DF. Disponível em: <<http://www2.susep.gov.br/bibliotecaweb/docOriginal.aspx?tipo=1&codigo=33719>>. Acesso em 12 mar. 2017.

_____. CONSELHO NACIONAL DE SEGUROS PRIVADOS. **Resolução nº 332/2015**. Brasília/DF. Disponível em: <<http://www2.susep.gov.br/bibliotecaweb/docOriginal.aspx?tipo=1&codigo=36999>>. Acesso em 12 mai. 2017.

_____. SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS. **Circular nº 302/2005**. Brasília –DF. Disponível em: <<http://www.susep.gov.br/textos/circ302.pdf>>. Acesso em 12 mar. 2017.

_____. SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS. **Seguros de Pessoas**. Brasília –DF, 2012. Disponível em: <<http://www.susep.gov.br/menu/informacoes-ao-publico/planos-e-produtos/seguros/seguro-de-pessoas>>. Acesso em 12 mai. 2017.

BRASIL, G. **O ABC da Matemática Atuarial e princípios gerais de seguros**. Porto Alegre: Sulina, 1985.

CONTADOR, Claudio R. **Previsão e Simulação de Cenários**: aplicações nos mercados de seguros. Revista Brasileira de Risco e Seguro, Rio de Janeiro, v. 12, n. 21, p. 53-92, abr./set. 2016

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; DA SILVA, Roberto. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CETIC. **TIC Domicílios**. 2016. Disponível em:
<<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>>. Acesso em: 22 mai. 2017

COBRA, Marcos. **Marketing de Turismo**. São Paulo: Editora Cobra, 2005

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S.. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 12. ed.. New York: McGraw-Hill Global Education Holdings, 2016.

DELFINO, Carla Maria Ventura Prates de Figueiredo. **O risco percebido e coberto pelas seguradoras**. 2016. Dissertação (Mestrado de Gestão do turismo e hotelaria). Universidade Européia, 2016.

DIAS, Reinaldo; PIMENTA, Maria Alzira. **Gestão de Hotelaria e Turismo**. São Paulo: Pearson, 2005.

FEDERAÇÃO NACIONAL DE PREVIDENCIA E VIDA. **Seguros de pessoas movimentam R\$ 2,3 bi em prêmios em novembro de 2014**. Rio de Janeiro - RJ: FENAPREVI, 27/mai/2015. Disponível em:
<<http://www.cnseg.org.br/fenaprevi/servicos-apoio/noticias/seguros-de-pessoas-movimentam-r-2-3-bi-em-premios-em-novembro-de-2014.html>>. Acesso em: 03 mar. 2017

_____. **Aberta consulta pública sobre seguro funeral**. Rio de Janeiro - RJ: FENAPREVI, 21/jan/2016. Disponível em:
<<http://cnseg.org.br/fenaprevi/servicos-apoio/noticias/aberta-consulta-publica-sobre-seguro-funeral.html>>. Acesso em: 03 mar. 2017

FERREIRA, Valéria. **Estatística Básica**. Rio de Janeiro: SESES, 2015.

GASTAL, Susana. **Turismo & cultura**: por uma relação sem diletantismos. In: GASTAL, Susana. Turismo: 9 propostas para um saber-fazer. Dos autores, 1998.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Demográfico 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em:

<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>>. Acesso em 04 abr. 2015.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONOMICA APLICADA. SIMT-Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho do Setor Turismo. Disponível em: <www.ipea.gov.br/extrator/arquivos/161018_oficina_geral_sistema_informacoes_sobre_mercado_trabalho_setor_turismo.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2017

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Marketing essencial**: conceitos, estratégias e caos. 5. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing**: foco na decisão. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário Estatístico de Turismo 2016**. Volume 43. Brasília-DF: MTUR, Agosto/2016. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem**: Cartilha de orientação básica. Brasília/DF: MTUR, 2010. Disponível em: <<http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/downloadCartilha.action?tipo=1>>. Acesso em 10 mai. 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sondagem do consumidor – intenção de viagem**. Brasília/DF: MTUR, Dezembro/2016. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/sondagens-conjunturais/sondagem-do-consumidor-inten%C3%A7%C3%A3o-de-viagem.html>>. Acesso em 11 mar. 2017.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do mercado turístico**. 2. ed. São Paulo: Savaiva, 2001

MORETTIN, Luiz Gonzaga. **Estatística Básica**: probabilidade e inferência. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010

PAZINI, Raquel. **Agências de turismo**: operacionalização de produtos e serviços turísticos [livro eletrônico]. Curitiba: Editora InterSaberes, 2014.

PORTAL TUDO SOBRE SEGUROS. Estar Seguro. Disponível em: <<http://www.tudosobreseguros.org.br/portal/pagina.php?l=379>>. Acesso em: 18 jun. 20017.

PEREIRA JÚNIOR, José Silva. **Mercado de trabalho e turismo**: emprego, renda e desenvolvimento socioeconômico no Ceará. Dissertação (Mestrado em Logística e Pesquisa Operacional). Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010.

PETROCCHI, Mario. **Turismo: planejamento e gestão**. 2º edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009

PETROCCHI, Mario; BONA, André Luis Viola. **Agência de Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2003.

SAMPIERI, Roberto Hernández; CALLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa**. 5. ed. México: McGraw-Hill Global Education Holdings, 2010.

SES – Sistema de Estatística da SUSEP, Seguros: Prêmios e Sinistros.
SUSEP – Superintendência de Seguros Privados, Rio de Janeiro-RJ. Disponível em:
<<http://www2.susep.gov.br/menuestatistica/SES/premiosesinistros.aspx?id=54>.
Acesso em: 30 ma. 2017

SWARBROOKE, Jonh; HORNNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

SOUZA, Silney de. **Seguros – Contabilidade, atuária e auditoria**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

VAUGHAN, Emmett J.; VAUGHAN, Therse M. **Fundamentals of Risk and Insurance**. 11. ed. Willey: EUA, 2014.

ZARDO, Eduardo Flávio. **Marketing aplicado ao turismo**. São Paulo: Rocca, 2003.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

BLOCO 1 - Informações Sociodemográficas

As questões abaixo servirão para traçar o perfil do entrevistado.

Sexo * (múltipla escolha)

Masculino

Feminino

Qual região você reside? * (múltipla escolha)

Centro-oeste

Norte

Nordeste

Sul

Sudeste

Idade * (múltipla escolha)

menos de 20 anos

20 a 29 anos

30 a 39 anos

40 a 49 anos

50 a 59 anos

60 e mais

Estado civil * (lista suspensa)

Solteiro(a)

Casado(a) ou União estável

Separado(a)/ Divorciado (a)

Viúvo(a)

Outros

Possui dependentes econômicos? * (caixa de seleção)

Sim, filhos ou outros parentes jovens

Sim, cônjuge ou companheiro(a)

Sim, pais ou outros parentes adultos

Não

Escolaridade * (lista suspensa)

Ensino Fundamental Incompleto

Ensino Fundamental Completo

Ensino Médio Incompleto

Ensino Médio Completo

Ensino Superior Incompleto

Ensino Superior Completo

Pós-graduação

Qual sua renda mensal? * (múltipla escolha)

Não possuo renda

Até 1 salário mínimo (até R\$ 937,00)

de 1 a 3 salários mínimos (de R\$ 937,01 até R\$ 2.811,00)

de 3 a 6 salários mínimos (de R\$ 2.811,00 até R\$ 5.622,00)
 de 6 a 10 salários mínimos (de R\$ 5.622,01 até R\$ 9.370,00)
 mais de 10 salários mínimos (mais de r\$ 9.370,01)

Possui algum outro tipo de seguro e/ou cobertura privada atualmente? (pode marcar mais de uma opção) * (caixa de seleção)

Seguro de Vida
 Seguro/ Plano de saúde
 Seguro de automóvel
 Seguro de acidentes pessoais
 Aposentadoria complementar
 Não tenho
 Não sei
 Outro:

BLOCO 2 -

Nos últimos 12 meses, com que frequência viajou usando transporte aéreo? * (múltipla escolha)

0
 1
 2
 3
 4
 5 a 10
 mais de 10

BLOCO 3 – Seguro viagem - coberturas

Já ouviu falar sobre o seguro viagem? * (professora esta era a pergunta que falei) (múltipla escolha)

Sim
 Não

O Seguro Viagem oferece as coberturas básicas abaixo. Quais dessas coberturas você avalia como importante para adquirir um Seguro Viagem? (avalie como sendo 1 pouco importante e 5 muito importante) * (Grade)

Indenização em dinheiro em caso de atendimento por motivo de doenças pré-existente
 Indenização em dinheiro em caso despesas médicas e hospitalares
 Indenização em dinheiro em caso de morte acidental ou natural
 Indenização em dinheiro em situação de invalidez permanente total ou parcial
 Traslado de corpo (despesas com a liberação e transporte do corpo do segurado)
 Regresso sanitário (regresso do segurado ao local de origem ou de seu domicílio, caso este não se encontre em condições de retornar como passageiro regular por motivos de acidente pessoal ou enfermidade)
 Traslado médico (remoção/transferência do segurado até a clínica/hospital mais próximo, por motivo de enfermidade ou acidente pessoal)

Além das coberturas listadas no item anterior, quais das coberturas abaixo você consideraria importante para adquirir um Seguro Viagem? (avalie como sendo 1 menos importante e 5 muito importante) * (Grade)

Perda ou extravio de bagagem

Danos na bagagem

Atraso de vôos

Cancelamento de viagem

Já teve em algum momento cobertura do seguro viagem? * (múltipla escolha)

Sim (caso esta resposta seja marcada a pessoa será direcionada a responder o bloco 5)

Não (caso esta resposta seja marcada a pessoa será direcionada a responder o bloco 4)

BLOCO 4 – Motivos para Não contratação (especifico para quem não contratou cobertura do seguro viagem)

Qual a motivação para a NÃO contratação de um seguro viagem em viagens anteriores? (pode marcar mais de uma opção) * (caixa de seleção)

Desconhecia as coberturas do seguro

Não sabia onde adquirir o seguro

Falta de tempo para pesquisar preços e contratar o seguro

Já possuo outro(s) seguro(s) e acreditava estar coberto para alguns riscos da viagem

Não considerei relevante o risco para viagens que fiz

Não ter confiança em seguro(s)

Acreditava que a companhia aérea/agência de viagem eram responsáveis para alguns riscos na viagem

Outro:

Após responder a esta pesquisa sobre seguro viagem, você avalia que: * (múltipla escolha)

Foi a primeira vez que ouvi falar do seguro e fiquei interessado em conhecer melhor

Foi a primeira vez que ouvi falar do seguro, mas não me interessou

Já ouvi falar do seguro e agora fiquei mais interessado

Já ouvi falar do seguro, mas continuo sem interesse

(após o responder este bloco a pesquisa será finalizada)

BLOCO 5 – Avaliação da qualidade do seguro (especifico para quem contratou cobertura do seguro viagem)

Considere a última viagem aérea em que você contratou o seguro viagem para responder as questões abaixo:

Considerando a última viagem aérea em que você contratou o seguro viagem, quando ela ocorreu? * (múltipla escolha)

Menos de 1 ano

Entre 1 ano e 2 anos

Mais de 2 anos

Considerando a última viagem aérea em que você contratou o seguro viagem, sua viagem era: * (múltipla escolha)

Nacional
Internacional

Considerando a última viagem aérea em que você contratou o seguro viagem, qual a motivação da viagem? * (múltipla escolha)

Trabalho
Lazer
Estudo
Tratamento de saúde
Visitar parente
Outro:

Na última viagem aérea em que você contratou o seguro viagem, Qual a motivação para a contratação desse produto? (pode marcar mais de uma opção) * (caixa de seleção)

Era uma viagem internacional e era obrigatório.
Fui informado, que mesmo em viagem nacional, era obrigatório.
A empresa/instituição onde trabalho adquiriu o seguro
Sempre contratei seguros (outros tipos) e quando fui realizar a minha viagem optei por contratar
Contrato sempre que viajo, visando a minha segurança e de minha família.
Um amigo indicou e resolvi contratar
Um agente de viagem indicou e optei por contratar
O preço era bem acessível
Outro:

O que o levaria a não contratar o seguro viagem no futuro? * (múltipla escolha)

Custo elevado/ encarecimento da viagem
Dúvidas sobre as coberturas do seguro viagem
Dificuldade na aquisição da cobertura
Falta de tempo para pesquisa preços e contratar o seguro
Já possuo outro(s) seguro(s) e acredito estar coberto para alguns riscos da viagem
Não considero relevante o risco coberto
Nenhuma das opções, eu contrataria novamente (este item que havia comentado)
Outro: