



Momento único para o mercado de seguros



São clientes com um senso forte de urgência. São exigentes, impacientes e imediatistas, que buscam um atendimento customizado e esperam uma atenção especial. São jovens que passam a maior parte do tempo conectados à internet e formam suas opiniões nas mídias sociais - Twitter, Facebook, Orkut e fóruns na rede. Esta nova geração, nascida após os anos 80, está preocupada com o meio ambiente e causas sociais, o que mostra uma atenção importante com o futuro.

Diante destes novos clientes, cabe ao setor repensar as suas práticas, atualizar os seus processos e otimizar as formas de comunicação para acompanhar o ritmo de evolução da nossa sociedade, quer para atender as classes ascendentes, quer para satisfazer as necessidades das novas gerações.

Precisamos simplificar a nossa linguagem, ser mais claros em nossos contratos, mais específicos tanto no que a apólice oferece como nas exclusões. Estar cada vez mais perto dos consumidores e dos corretores de seguros, que são nossos grandes parceiros nesta jornada.

Em um país em que há mais aparelhos celulares que pessoas é fundamental estarmos também nas mensagens de SMS e nos smartphones. Não apenas com informações sobre seguros, mas com funcionalidades que possam facilitar a vida do nosso corretor e do segurado.

Com o crescimento virtuoso do setor e o ingresso de milhões de novos consumidores para o mercado todos os anos, atuar de forma ágil e transparente é o desafio que devemos encarar como prioridade. Afinal, como temos enfatizado em nossa campanha: "Seguro é para resolver aborrecimentos e não para ser mais um".

Thomaz Cabral de Menezes é administrador de empresas e presidente executivo da SulAmérica Seguros e Previdência

O Brasil está pronto para celebrar sua entrada no rol das nações desenvolvidas e este momento econômico não poderia ser mais oportuno para a atividade seguradora brasileira. Estamos passando por um sólido processo de crescimento econômico, em que o PIB vem registrando incremento médio da ordem de 3,6% ao ano desde 2003 e com projeção de crescimento da ordem de 7% para o PIB em 2010.

As boas notícias não param aí. No período entre 2003 e 2008, sete milhões de brasileiros migraram para as classes A e B e 27 milhões de pessoas entraram para a classe C e, segundo a Fundação Getúlio Vargas, até 2014 outros 30 milhões de cidadãos deverão se juntar a esses grupos sociais.

O crescimento do poder aquisitivo do brasileiro se faz sentir em todos os setores. Em 2008, por exemplo, foram licenciados 2,8 milhões de veículos novos e a expectativa da indústria automotiva é de que este número pode chegar a quatro milhões em 2014. A facilidade de acesso ao crédito, que impulsionou o setor automotivo, também é responsável pela forte expansão imobiliária em curso no país.

A aquisição de bens está diretamente relacionada com o seguro. Ninguém sai da concessionária com um carro zero sem seguro, o financiamento imobiliário está ligado ao seguro habitacional e o proprietário, que conquistou sua casa própria, necessita de um seguro residencial para proteger seu patrimônio.

Temos ainda um calendário extremamente favorável pela frente. Com as próximas Olimpíadas e Copa do Mundo agendadas para o Brasil, os investimentos em infraestrutura estão em alta e o país se prepara construindo estádios, vilas olímpicas, hotéis, aeroportos e estradas.

Além das apólices de grandes riscos para garantir estas obras, o setor de seguros também contará com as demandas que surgirão com os novos empregos gerados pela maior formalização das atividades econômicas. São apólices de vida em grupo, seguro saúde e odontológico e planos corporativos de previdência privada.

Ao mesmo tempo em que o mercado de consumo cresce com a ascensão das camadas de menor renda, temos também um novo consumidor: os jovens da chamada geração Y.



ANSP faz parceria com a Universidade de Pittsburgh

2



Substituição do corretor na vigência da apólice

3



Mercado de seguros muda estratégia

4



Liberação do preço de seguro saúde

5

Academia Nacional de Seguros e Previdência faz parceria com a Universidade de Pittsburgh

A ANSP tem como um dos seus principais objetivos o crescimento do conhecimento da cultura do seguro e o seu desenvolvimento institucional.

Com esse intuito foi feita uma parceria com a Universidade de Pittsburgh para a formatação de um curso de MBA especialmente voltado para o mercado segurador brasileiro.

Esta pós-graduação de alto nível irá fortalecer a indústria de seguros, por meio da formação de profissionais qualificados por uma instrução acadêmica de alta qualidade, reconhecida internacionalmente.

A Universidade de Pittsburgh (University of Pittsburgh) é uma conceituada universidade que possui 220 anos de excelência educacional, tornando-se pioneira em diversos segmentos como medicina, biotomologia e estudos internacionais. Constantemente presente no ranking das cinquenta melhores instituições de ensino do mundo, a Katz Business School é a quinta escola de negócios mais antiga dos EUA, graduando mais de 30 mil executivos de 160 nacionalidades.

A expectativa da ANSP é que nesta parceria haja o interesse dos diretores, funcionários de cargos gerenciais e administrativos de alto nível, executivos na linha de sucessão da empresa, em se candidatarem para cursar o MBA proposto, o que será importante para o desenvolvimento do mercado de seguros brasileiro. É uma grande oportunidade de conquista de novos conhecimentos e estratégias que influenciarão o futuro das companhias, do mercado e do

país. Para tanto, a ANSP acredita que as instituições devem apoiar seus possíveis candidatos, inclusive financeiramente no custeio, visando o benefício futuro profissional e técnico que será desenvolvido em proveito de sua companhia.

É assim, com muito entusiasmo, que se espera a adesão de ambiciosos profissionais que desejam atingir postos de comando nas empresas em que atuam e que tenham reais condições para buscar essa meta.

É um MBA customizado (Executive Master of Business Administration), com foco no segmento de seguros, com início em abril de 2011. Foi formatado com base no curso tradicional, de reconhecimento mundial de qualidade, e será implantado a partir da adesão de 25 alunos. O curso é direcionado para profissionais do setor e ministrado integralmente no Brasil. Terá duração de 18 meses, nas dependências na Amcham-American Chamber of Commerce, em São Paulo, com a semana final de aula e formatura em Pittsburgh-EUA.

Tive uma experiência pessoal quando participei da cerimônia de formatura dos graduados do curso de MBA da University of Pittsburgh neste ano, na cidade de Pittsburgh-PA, nos Estados Unidos. Com isso, consegui compreender a magnitude que o curso representa.

Estudantes do mundo inteiro ali estavam representados - russos, croatas, macedônios, suecos, checos, franceses, americanos e brasileiros, entre outros. A pompa e a formalidade do evento revelavam a importância do que estava acontecendo naquela data, 31 de julho.

Acredito que os brasileiros que aproveitarem a oportunidade dessa parceria, participando do curso que se iniciará em abril do próximo ano, irão sentir o que significa ser um mestre graduado por uma das maiores universidades do mundo. É uma sensação difícil de ser descrita em palavras, porque são poucos os laureados com esta honra no Brasil.

PARA MAIS INFORMAÇÕES SOBRE O CURSO

ANSP
Eduardo Rodrigues
11 3661 8151
eduardo@anspnet.org.br

PITTSBURGH
Karia Alcides
11 5180 3672
kalcides@katz.pitt.edu



EGYDIO ZEPPELINI JR.

É economista e administrador de empresas. Ocupou cargos diretivos na Odebrecht Engenharia e na Tenenge - Técnica Nac. de Engenharia, foi diretor da Prever Seguros, da Zurich Seguros e da Mapfre Seguros. Hoje atua como sócio-diretor da EZJ Representações e é diretor-financeiro da Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP).

INFORMATIVO
MINHOTO
ADVOGADOS ASSOCIADOS
Responsável: Paulo Fernando Cardoso Simões
www.minhoto.com.br PABX & FAX 55 (11) 5549-5333

Sócios
Homero Stabeline Minhoto
Paulo André Corrêa Minhoto
Paulo Henrique Corrêa Minhoto
Ana Paula Corrêa Minhoto

Jornalista Responsável
Ana Marta Gonçalves
Fotos: Divulgação
Coordenação Editorial
Oficina do Texto
www.oficinadotexto.net

Contatos, críticas, sugestões e contribuições pelo e-mail: informativo@minhoto.com.br - www.minhoto.com.br

MINHOTO



www.minhoto.com.br

Substituição de corretor na vigência da apólice

Tema controvertido e com certa frequência nos tribunais é o da substituição do corretor na vigência da apólice.

A lei do corretor de seguros, 4594/64, diz em seu art. 13:

"Só ao corretor de seguros devidamente habilitado nos termos desta lei e que **houver assinado a proposta**, deverão ser pagas as corretagens admitidas para cada modalidade de seguro, pelas respectivas tarifas, inclusive em caso de ajustamento de prêmios".

Cabe ao corretor de seguros a aproximação das partes (segurado e segurador) intermediando-as, com o fim de realizar o contrato de seguro (art. 122, Decr. Lei 73/66).

O Código Civil traz disposições gerais para aplicação na corretagem, não específicas para o seguro, mas subsidiariamente aplicáveis a este, estatuinto em seu art. 725:

"A remuneração é devida ao corretor uma vez que tenha conseguido o resultado previsto no contrato de mediação, ou ainda que este não se efetive em virtude de arrependimento das partes".

Assim, em princípio, conclui-se que na vigência da apólice o direito à comissão é do corretor que fez a aproximação das partes, **inclusive assinando a proposta**, não se permitindo sua substituição, pois sua prestação de serviços atinge o objetivo com a aceitação pelas partes da contratação e emissão da apólice.

Todavia, algumas decisões abrandam o rigor dessas disposições, admitindo a substituição do corretor, **mesmo durante a vigência da apólice**, quando em razão de pedido do segurado ou estipulante.

O TJ-SP (Tribunal de Justiça de São Paulo), na apelação 992.09.082557-7, sendo apelante MUSSI BARBOSA CORRETORA DE SEGUROS e apelado SUL AMÉRICA COMPANHIA NACIONAL DE SEGUROS, decidiu em 7 de outubro de 2009:

"PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS. OBRIGAÇÃO DE FAZER. Havendo pedido expresso da estipulante para a substituição da corretora, a comissão é devida ao novo corretor. Recurso improvido".

Desse acórdão extrai-se o entendimento de que a relação entre o corretor e a seguradora é dependente da relação entre o corretor e o estipulante, uma vez que o primeiro é um prestador de serviços para esse último. Diz o acórdão:

"A autora pretende que havia entre ela e a ré uma relação contratual vinculante ao contrato de seguro, ao passo que a lógica do mercado deixa patente que a relação contratual da corretora era com a estipulante do seguro, sua cliente e isso estava previsto no contrato de seguro. ... Cessada a relação entre a autora e a estipulante, cessava, por via de consequência, a obrigação de a ré pagar comissões à corretora, dado o fim da intermediação".

O Segundo TAC São Paulo, na apelação 551811-00/6, decidindo conflito entre a CCF Brasil Corretora de Seguros, a Porto Seguro e a Vida Segura Corretora, decidiu no mesmo sentido, praticamente com o mesmo fundamento. Diz a ementa:

INTERMEDIAÇÃO – COBRANÇA DE CORRETAGEM – SUCESSÃO DE CORRETORAS NA ADMINISTRAÇÃO DA APÓLICE.

"Ao contrário do contrato de seguro, que vige por tempo determinado, o contrato de prestação de serviços do corretor de seguro vige por tempo indeterminado, e, assim, pode ser denunciado pela estipulante a qualquer tempo (art. 1221, CC), devendo as comissões de corretagem ser repassadas da antiga à nova corretora contratada, sob pena de enriquecimento ilícito, ofensa aos princípios da livre concorrência e de defesa do consumidor (art. 179, IV e V da CF) e da liberdade de contratar (art. 82, CC e 6º, II, CDC)"

É inegável, todavia, que o tema é polêmico, **havendo também decisões divergentes dentro do próprio TJ-SP.**

Exemplo é a apelação 722444-0/0, cuja ementa diverge das duas anteriores:

"Corretagem de seguros. Substituição do corretor durante a vigência da apólice. Comissão devida ao corretor que assinou apólice até o final de seu período de vigência. Liquidação por arbitramento. Necessária para apuração de valores cuja verificação dependerá de perícia contábil. Negado provimento aos recursos"

O TJ-BA (Tribunal de Justiça da Bahia), apelação cível 57093-7/2007, decidiu que mesmo na renovação da apólice, se mantidas as condições originariamente vigentes, o direito à comissão é do corretor que intermediou o negócio no seu nascedouro.

Como se observa, não há nas decisões dos tribunais um norte seguro, que permita uma orientação e definição isenta de riscos, mas encontrei mais decisões favoráveis à substituição, quando há pedido do estipulante, numa proporção de 65% a 35%.

Pois bem, diante do exposto, considerando a oscilação das decisões dos tribunais, ora pendendo para um lado, ora para outro, considerando o ordenamento jurídico, o qual, abstraido das decisões dos tribunais indica um caminho claramente em defesa do corretor que assinou a proposta de seguro, é conveniente que, **enquanto vigente a apólice**, se necessária a substituição, que se busque uma negociação para tal.

Não se chegando a bom termo na negociação, é conveniente que a seguradora se cerque de todos os documentos e correspondências que motivaram a substituição, em especial a solicitação do segurado ou estipulante.



Homero Stabeline Minhoto
Advogado especializado em seguros - sócio fundador da Minhoto Advogados Associados
minhoto@minhoto.com.br

Mercado de seguros muda estratégia

O século XXI começou em 2010 para o mercado de seguros. Nos últimos dois anos, os analistas do mercado passaram a observar grandes mudanças nas estratégias dos principais grupos seguradores no Brasil, podendo-se observar indícios claros de uma guinada que vai diferenciar a política de marketing predominante no século XX e as novas políticas do século XXI.

Neste ano observamos a consolidação de novas forças de mercado, com cinco grandes grupos dominando o cenário. A Porto Seguro com o Itaú e Unibanco, a Mapfre juntamente com o Banco do Brasil, e a Bradesco e Sul América primeiros quatro grandes operadores seguido de um quinto grupo formado pelos grandes seguradores estrangeiros, Liberty, Tóquio e Allianz. Estas cinco forças concentram quase todo o lucro do mercado e formam forças relativamente similares.

Dentro deste novo quadro de distribuição de forças, observamos que as estratégias estão mudando e novos rumos estão sendo dados. O foco no passado foi a inovação em produtos, agregando-se serviços e mudando radicalmente a precificação no seguro de automóveis, com a inclusão dos serviços de assistência 24 horas, diárias de carros reservas e taxação a partir do perfil do condutor. Os riscos patrimoniais foram totalmente revistos, inovados e empacotados. Apesar do grande atraso do seguro de vida individual que ainda persiste no

Brasil, vimos nestas décadas o desenvolvimento e crescimento dos seguros de previdência e vida, VGBL e PGBL, que se tornaram os campeões de arrecadação de prêmios. Este desenvolvimento criativo de produtos, no entanto, estacionou nos últimos anos.

No segundo elemento da política de marketing, o preço, assistimos no século XX que como dissemos, no nosso mercado, se estendeu até 2009 diversas guerras de preços. Grandes ataques a carteiras, manobras com voos rasantes e arremetidas, escaramuças e até ações guerrilheiras. Os resultados já são conhecidos e os grandes grupos já aprenderam a separar o que é realmente possível fazer com guerras de preço e o que é ilusão militar.

No item promoção, assistimos a todos os tipos de campanhas publicitárias que chegaram até ao surgimento de rádios especializadas.

É na distribuição que o marketing do século XXI aponta para uma revolução. Os grupos seguradores perceberam que não será mais possível crescer suas fatias de mercado por meio de preço, produto e promoção, voltando sua atenção para a distribuição que vinha sendo administrada com cautela, por envolver relações trabalhistas e o movimento



sindical dos corretores. O controle da distribuição passa a ser a chave do sucesso, e a estratégia deve focar a capilaridade, diversidade de canais e o melhor retorno de investimentos.

Os novos rumos do marketing das seguradoras no século XXI caminham para a coordenação de esforços na distribuição, com mais subordinação, fixação de metas e mix de produtos, estimulando a venda de produtos mais rentáveis para as seguradoras, com mais controle de retorno de investimentos e prestígio às máquinas eficazes de vendas, seja qual for o canal.

O século XXI começa assistindo o fim de um era romântica de corretores-consultores profissionais independentes, que gradualmente devem se juntar aos alfaiates e aos médicos de família, abrindo caminho para as redes de agentes, lojas, bancos, vendedores, internet, call centers e

Nelson Fontana

Consultor da MDS Consultores de Seguros e Risco; advogado formado pela USP; corretor de Seguros; professor da FUNENSEG; mentor do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo e autor do livro Seguros e Resseguros Cruzando Fronteiras

Liberação do preço do seguro saúde: cautela e responsabilidade devem ser a tônica

A decisão do STJ (Supremo Tribunal de Justiça) de reconhecer o direito de seguradora que opera no ramo de saúde de promover ajuste no prêmio de seguro saúde, sempre que houver desequilíbrio por conta da sinistralidade na carteira, é uma conquista do setor. Era um antigo pleito das operadoras de mercado. Um pleito justo, pois a base para determinação do custo de qualquer produto de seguro deve ser por meio do emprego de critérios técnicos atuariais, e não se basear na ponta da caneta ou em decreto lei.

A polêmica toda começou na gestão do ex-ministro da Saúde José Serra e foi amparada pela Lei n. 9658. Embora o mercado precisasse de uma regulação mais eficiente, entendo que o governo excedeu suas atribuições ao legislar sobre o preço do produto. Um paradoxo, pois a decisão de agir fortemente no controle de preços, sob a alegação de proteger a parte mais desprotegida, estava amparada no reconhecimento da limitação do Estado em financiar condições dignas para a saúde pública da população, que se encontrava em estado caótico e pouco avançou em mais de uma década. Pelo contrário, piorou. Decisão que não encerrou, pois passado o pleito eleitoral iniciou-se todo um movimento orquestrado para retomar a volta da CPMF, tendo como justificativa o financiamento da saúde pública.

A decisão de controlar os preços praticamente eliminou a comercialização dos planos de saúde individuais, medida que poderia ser vista como retaliação do mercado segurador ao controle de preços. Os legisladores e o executivo devem entender que medidas populistas e arbitrárias, que não estão ampa-

radas no bom senso e na justiça, não proliferam em um estado pleno de direito. Entretanto, o brasileiro é criativo e percebeu que na forma de plano empresarial poderia ter a cobertura.

A base da decisão do STJ para proferir o julgamento favorável às operadoras foram os artigos 478 e 479 do Código Civil, segundo os quais é permitida a revisão do negócio por fato que lhe cause prejuízo estrutural. O que preocupa na decisão do STJ é que a decisão não reconheceu a não aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor, por se tratar de relação contratual firmada entre empresas. Não sou especialista em questões legais, mas o consumidor pessoa física não é empresa. Estaria o Judiciário restringindo a decisão que tomou aos contratos empresariais, que já têm as condições pactuadas, tendo como referência a sinistralidade da carteira?

Sendo esclarecida a dúvida acima e, caso a decisão também tenha efeito sobre os planos individuais, sugiro aos gestores cautela e responsabilidade, pois infelizmente tenho certo ceticismo em relação à forma com a qual alguns gestores de mercado podem administrar o tema. Meu ceticismo se fundamenta no fato de entender que determinados gestores do mercado estão mal preparados, razão que justifica o longo tempo que o setor permaneceu estagnado. Recentemente tive acesso à informação de que apenas 50% dos 45 mil empregados do mercado segurador possuem formação de nível superior. Uma idiosincrasia por se tratar de um setor estratégico da economia que deve empregar técnicas eficientes de gestão do risco, que é a matéria prima do seguro. Talvez isso, em parte, justifique a corrida do mercado para produtos

eminentemente financeiros. Neste sentido, é necessário que o setor realize investimentos para melhorar a qualificação profissional de seus quadros. Um verdadeiro desafio, se é intenção do setor alcançar 5%, 6% de representação do PIB em 2015.

Ao invés do setor correr para tentar corrigir os preços, é preciso investir em técnicas mais eficientes de gestão da carteira. É possível que muitos gestores preguiçosos e ambiciosos vejam na medida a possibilidade de promover ajustes elevados como forma de recuperar o longo tempo e aumentar a receita de prêmios. Isso pode até funcionar por algum tempo, mas não levará a um crescimento sustentável no médio e longo prazos, pois o segurado tem na renda o limite para comprar seguro.

A Agência Nacional de Seguros (ANS) deve ficar vigilante para coibir abusos do setor, pois tem todas as condições de auferir a sinistralidade das operadoras. Esperamos que a agência seja capaz de realizar um bom trabalho de fiscalização, pois, afinal de contas, todos nós que também somos segurados desejamos o crescimento do mercado em condição sustentável.



Marcos Pontes

Diretor da LG&P Advisory Services, membro do Instituto Brasileiro de Atuária – IBA e Acadêmico da Academia Nacional de Seguros e Previdência – ANSP.

Jurisprudência – seguro transporte e a averbação dos embarques

Felizmente, após expressar entendimentos divergentes, os Tribunais têm observado a necessária averbação prévia dos embarques, julgando improcedente a pretensão do segurado que não cumpre essa importante obrigação contratual.

Como se sabe, o seguro de carga funciona mediante averbação, no qual o segurado se obriga a declarar e comunicar ao segurador todos os bens ou mercadorias que receber para transportar.

Esse seguro por averbação ocorre para resolver o problema da necessidade de cobertura rápida do seguro, ante a existência, muitas vezes diária, de vários embarques, já que a emissão de uma apólice para cada despacho seria impraticável.

O Tribunal de Justiça de São Paulo solidificou o entendimento sobre essa questão, como se verifica nas ementas a seguir transcritas:

“SEGURO – Ação proposta pela transportadora segurada contra a seguradora, objetivando indenização de carga roubada – O descumprimento da obrigação contratual de averbação de transportes, nos termos em que ajustado, implica na perda do direito da segurada autora à indenização do sinistro, por força do disposto nos arts. 1.443 e 1.444, do CC/1916, correspondente aos arts. 765, 766 e 768, do CC/2002, dado que caracteriza infração à boa-fé e veracidade que devem ser observados no contrato de seguro e gera pagamento de prêmio inferior ao devido, em razão de omissão do segurado – Reforma da sentença para julgar improcedente a ação. Recurso provido.” (TJ/SP, Apelação Cível nº 7.076.277-3, relator: Rebello Pinho, julgamento: 25/11/2009)

“Seguro – transporte rodoviário de carga – falta de averbação de embarque de mercadorias objeto

de sinistro – cancelamento da apólice – inaplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor. Apelação improvida.” (TJ/SP, Apelação Cível nº 991.09.093920-5, relator: Matheus Fontes, julgamento: 07/07/2010)

“APELAÇÃO CÍVEL – Interposição contra sentença que julgou improcedente ação de cobrança. Descumprimento da obrigação contratual. Dado que caracteriza infração à boa-fé e veracidade que devem ser observados no contrato de seguro e gera pagamento de prêmio inferior ao devido, em razão de omissão do segurado. Inexistência de cerceamento de defesa. Sentença mantida.” (TJ/SP, Apelação Cível nº 990.10.413472-2, relator: Mario A. Silveira, julgamento: 08/11/2010)

Nesse último caso, cuja decisão é recentíssima e a seguradora foi representada pela Minhoto Advogados Associados, ficou demonstrada a deficiência de averbação pelo segurado em 44%.

O Superior Tribunal de Justiça já manifestou o mesmo entendimento:

“SEGURO. TRANSPORTE DE MERCADORIAS. AVERBAÇÃO DO RISCO. O risco deve ser conhecido pela seguradora antes do sinistro, sob pena de completa irracionalidade jurídica e econômica. Embargos de declaração rejeitados.” (STJ, EDcl no AgRg no Agravo 134677/DF, Rel. Ministro Ari Pargendler, julgamento 21/02/2000).

O Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul entende da mesma forma:

“TRANSPORTE DE CARGA. AÇÃO DE COBRANÇA. SEGUROS. APÓLICE EM ABERTO. AVERBAÇÕES DAS MERCADORIAS. O seguro de transporte, contratado por meio de apólice em aberto, exige a averbação de todos os embarques, sob pena de perda do direito à

indenização. Apelação provida.” (TJ/RS, Apelação Cível nº 70015623309, 11ª Câmara Cível, relator: Voltaire de Lima Moraes, Julgado em 17/12/2008)

O mesmo entendimento foi declarado pelo Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro:

“CONTRATO DE SEGURO OBRIGATÓRIO DE TRANSPORTE DE MERCADORIAS. APÓLICE ABERTA. AUSÊNCIA DE AVERBAÇÃO DO EMBARQUE. QUEBRA DO MUTUALISMO. INDENIZAÇÃO. DESCABIMENTO. 1. Trata-se de seguro obrigatório de transporte de mercadorias, com apólice aberta ou averbação, previsto no Decreto-Lei nº 73/66 e Decreto nº 61.867/67. 2. A hipótese não é de relação de consumo, como equivocadamente concluiu o julgador, não se enquadrando a sociedade autora no conceito de “destinatário final” trazido pela lei consumerista. 3. Não tendo o segurado efetuado averbação do embarque sinistrado, perdeu o direito à indenização securitária. 4. Não se pode olvidar que o incontroverso descumprimento contratual rompeu o mutualismo que rege o referido contrato. 5. Provimento do recurso.” (TJ/RJ, Apelação Cível nº 2006.001.41743, relatora: Leticia Sardas, 8ª Câmara Cível, julgamento: 09/01/2007)

Como se verifica nas decisões acima reproduzidas, consolidou nos Tribunais a exigência de averbação dos embarques, sem a qual o segurado perde o direito à indenização.

Nesta edição, excepcionalmente, não serão divulgadas as Normas da SUSEP, já que não houve publicações relevantes entre os dias 11 de setembro e 01 de dezembro de 2010.