

## **PRODUSE ȘI SERVICII DE ASIGURĂRI**



**ROXANA ARABELA DUMITRAȘCU**

**PRODUSE ȘI SERVICII DE ASIGURĂRI**



**EDITURA UNIVERSITARĂ**  
**București, 2014**

Colecția: ȘTIINȚE ECONOMICE

Redactor: Gheorghe Iovan  
Tehnoredactor: Ameluța Vișan  
Corector: Monica Balaban

Editură recunoscută de Consiliul Național al Cercetării Științifice (C.N.C.S.) și inclusă de Consiliul Național de Atestare a Titlurilor, Diplomelor și Certificatelor Universitare (C.N.A.T.D.C.U.) în categoria editurilor de prestigiu recunoscut.

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**  
**DUMITRAȘCU, ROXANA ARABELA**  
**Produce și servicii de asigurări / Dumitrașcu Roxana**  
Arabela. - București : Editura Universitară, 2014  
ISBN 978-606-591-960-0

368

DOI: (Digital Object Identifier): 10.5682/9786065919600

© Toate drepturile asupra acestei lucrări sunt rezervate, nicio parte din această lucrare nu poate fi copiată fără acordul Editurii Universitare

Copyright © 2014  
Editura Universitară  
Editor: Vasile Muscalu  
B-dul. N. Bălcescu nr. 27-33, Sector 1, București  
Tel.: 021 – 315.32.47 / 319.67.27  
www.editurauniversitara.ro  
e-mail: redactia@editurauniversitara.ro

Distribuție: tel.: 021-315.32.47 / 319.67.27 / 0744 EDITOR / 07217 CARTE  
comenzi@editurauniversitara.ro  
O.P. 15, C.P. 35, București  
www.editurauniversitara.ro

# CUPRINS

<b>Introducere .....</b>	<b>9</b>
--------------------------	----------

## **Capitolul 1 Piața de asigurări**

1.1. Noțiuni generale privind piața de asigurări .....	11
1.2. Impactul segmentării pieței asupra planificării strategice în asigurări .....	14
1.3. Produse de asigurări .....	17
1.4. Piața serviciilor conexe asigurărilor .....	21
1.5. Piața asigurărilor în contextul economiei cunoașterii .....	23
1.6. Întrebări și teste .....	27

## **Capitolul 2 Comportamente de piață ale societăților de asigurare**

2.1. Obiectivele și orientarea activității de marketing în asigurări .....	29
2.2. Activitatea promoțională pe piața asigurărilor .....	31
2.3. Particularitățile comportamentului consumatorului de asigurări .....	34
2.4. Strategii de piață la nivelul companiilor de asigurare / reasigurare .....	35
2.5. Întrebări și teste .....	38

## **Capitolul 3 Asigurările de bunuri – considerații generale**

3.1. Elemente generale privind asigurările de bunuri .....	40
3.2. Fundamentarea tarifelor de prime la asigurările de bunuri .....	44
3.3. Întrebări și teste .....	48

## **Capitolul 4 Diversitatea asigurărilor de bunuri**

4.1. Asigurarea clădirilor, a altor construcții și a conținutului acestora împotriva pagubelor produse de incendiu și alte calamități .....	50
4.2. Asigurarea lucrărilor de construcții – montaj și a răspunderii constructorului .....	56
4.3. Asigurarea bunurilor sau valorilor împotriva furtului prin efracție sau prin acte de tâlhărie .....	57
4.4. Asigurarea obligatorie de locuințe versus asigurarea facultativă de locuințe .....	58
4.5. Întrebări și teste .....	58

## **Capitolul 5**

### **Condiții generale privind asigurările facultative de persoane**

5.1. Caracteristicile asigurărilor de persoane .....	65
5.2. Prezentarea principalelor tipuri de asigurări de viață .....	68
5.3. Alte asigurări de persoane .....	72
5.4. Prima de asigurare și rezerva matematică la asigurările de viață .....	74
5.5. Întrebări și teste .....	78

## **Capitolul 6**

### **Modele actuariale utilizate pentru determinarea mărimii primelor de asigurare și rezervei matematice**

6.1. Asigurări de supraviețuire .....	80
6.2. Asigurări de deces .....	88
6.3. Asigurări mixte de viață .....	93
6.4. Rezerva matematica .....	97
6.5. Întrebări și teste .....	100

## **Capitolul 7**

### **Asigurările de răspundere civilă**

7.1. Elemente generale ale asigurărilor de răspundere civilă .....	102
7.2. Asigurarea obligatorie de răspundere civilă auto .....	106
7.3. Asigurarea de răspundere civilă profesională .....	117
7.4. Asigurarea de răspundere civilă a angajatorului, a producătorului și a managerului .....	121
7.5. Asigurări de mărfuri pe timpul transportului .....	123
7.6. Alte tipuri de asigurări de răspundere civilă .....	128
7.7. Întrebări și teste .....	129

## **Capitolul 8**

### **Asigurarea riscurilor financiare**

8.1. Elemente generale ale asigurărilor de riscuri financiare .....	132
8.2. Asigurarea creditelor .....	134
8.3. Asigurarea de garanții și asigurarea de fidelitate .....	140
8.4. Întrebări și teste .....	142

## **Capitolul 9**

### **Sistemul public național al asigurărilor sociale**

9.1. Noțiuni generale privind asigurările obligatorii sociale .....	144
9.2. Întrebări și teste .....	152

## Capitolul 10

### Pensiile

10.1. Sistemul public de pensii și alte drepturi de asigurări sociale .....	154
10.2. Întrebări și teste .....	160

## Capitolul 11

### Sistemul public național al asigurărilor se sănătate și al asigurărilor pentru șomaj

11.1. Asigurările sociale de sănătate .....	162
11.2. Sistemul asigurărilor pentru șomaj .....	165
11.3. Întrebări și teste .....	168
<b>Bibliografie generală</b> .....	169
<b>Anexă</b> .....	173





## INTRODUCERE

În ultimele decenii, domeniul asigurărilor s-a transformat într-o componentă majoră a sectorului serviciilor financiare. Dintr-o activitate oarecum subordonată evoluțiilor înregistrate pe piețele reale și adaptată nevoilor acestora de limitare și absorbție a riscurilor operaționale și / sau financiare, asigurările au devenit, prin diversitatea ofertei, complexitatea mecanismelor funcționale, sofisticarea procedurilor de contractare, modalitățile multiple și subtile de relaționare cu alte domenii de afaceri, etc., unul dintre principalii poli dezvoltativi ai economiei financiare globalizate.

Funcția cheie a asigurărilor se referă la managementul riscurilor economice și sociale. O trăsătură distinctivă a sistemelor socio-economice moderne (indivizi, firme, instituții publice, sectoare economice și sociale, localități, zone geografice, formațiuni statale și suprastatale, etc.) constă în multiplicarea, diversificarea și amplificarea riscurilor asociate funcționării lor. Proliferarea riscurilor este rezultatul direct al creșterii complexității sistemelor socio-economice, reprezentând expresia vulnerabilității sporite a acestor sisteme. Evoluția riscurilor către nivele superioare de complexitate a determinat reconsiderarea conceptelor și practicilor de management al riscurilor, în special regândirea și reproiectarea mecanismelor financiare de absorbție a acestora.

Dezvoltarea orizontală (prin lansarea de produse și servicii noi) și verticală (prin adâncirea specializării și accentuarea fragmentării lanțului de producție a valorii economice) derulată în sectorul asigurărilor constituie un răspuns la creșterea varietății riscurilor. În această ordine de idei, diversificarea explozivă a ofertei companiilor de asigurări, prin elaborarea și lansarea pe piață a unui număr uriaș de produse și servicii adaptate celor mai variate nevoi ale clienților în materie de asumare și protecție împotriva riscurilor, se prezintă ca o mutație structurală și strategică care plasează asigurările printre cele mai inovative și dinamice domenii de afaceri.

Asumându-și în continuare funcția de preluare, disipare și gestiune a riscurilor, asigurările moderne au evoluat către forme extrem de complexe, care integrează de asemenea și soluții investiționale și / sau posibilități de economisire. În felul acesta, multe dintre produsele și serviciile oferite de companiile de asigurări implică nu doar opțiuni de salvagardare a riscurilor, ci și o paletă foarte largă de instrumente de multiplicare și fructificare profitabilă a capitalurilor. Companiile de asigurări au devenit, în consecință, importante centre de intermediere financiară.

Lucrarea de față își propune să prezinte o descriere a produselor și serviciilor de asigurare / reasigurare plecând de la premisele conceptuale menționate mai sus. Lucrarea este destinată tuturor celor interesați de cunoașterea complexității ofertelor formulate de companiile de asigurări moderne.

*Conf. univ. dr. Roxana Arabela Dumitrașcu*



# CAPITOLUL 1

## PIAȚA DE ASIGURĂRI

- 1.1. *Noțiuni generale privind piața de asigurări*
- 1.2. *Impactul segmentării pieței asupra planificării strategice în asigurări*
- 1.3. *Produse de asigurări*
- 1.4. *Piața serviciilor conexe asigurărilor*
- 1.5. *Piața asigurărilor în contextul economiei cunoașterii*
- 1.6. *Întrebări și teste*

### 1.1. Noțiuni generale privind piața de asigurări

Piața de asigurări reprezintă cadrul organizatoric și metodologic în care se realizează operațiile de asigurare. Diversificarea activităților economice și implicit a schimburilor internaționale de valori au dus la creșterea și dezvoltarea unor piețe active și concurente de asigurări.<sup>1</sup>

Pe piața de asigurări se întâlnesc *cererea* de asigurare, venind din partea persoanelor fizice și juridice, care doresc să încheie diferite tipuri de asigurări și *oferta* de asigurare, ce vine din partea persoanelor juridice și anumitor organizații, societăți specializate, care sunt autorizate să funcționeze în domeniul asigurărilor și să desfășoare o astfel de activitate.

Operatorii specifici pe piața asigurărilor sunt: asigurătorul și asiguratul. *Asigurătorul* lansează oferta de asigurare în temeiul unei legi, în cazul asigurărilor obligatorii sau în virtutea unui contract, în cazul asigurărilor facultative. *Asiguratul*, ca operator, își structurează cererea de asigurare în funcție de interes, puterea sa financiară sau chiar în virtutea legii, în cazul asigurărilor obligatorii.

Deci, principalii parametri ai pieței asigurărilor sunt oferta și cererea de asigurare.<sup>2</sup> *Oferta* de asigurare este susținută de societățile comerciale de asigurare, persoane juridice autorizate legal să funcționeze pe piața asigurărilor și care au capacitate financiară corespunzătoare. Oferta de asigurare este configurată, în cazul asigurărilor obligatorii prin efectul legii, dar se formează în mod liber în cazul asigurărilor facultative. *Cererea* de asigurare este expresia activității unor persoane fizice și juridice ca asigurați ce au interesul de a proteja bunurile, integritatea personală, etc. față de anumite riscuri.

Piața asigurărilor este caracterizată prin următoarele elemente: dimensiunea pieței, cadrul organizațional al pieței, structura și modul de realizare a concurenței.

*Dimensiunea pieței* este determinată de mărimea cererii de asigurare. Cererea de asigurare este consecința manifestării unor persoane fizice și juridice ca asigurați cu

---

<sup>1</sup> Dumitrașcu, R. A., Moscu, R. D. (2013 – b). *Asigurări și reasigurări. Concepte. Metode. Tehnici*, Editura Universitară, București, pp. 12-15.

<sup>2</sup> Popescu, Ghe., Ciurlău, C. F. (2013). *Macroeconomie*, Editura Economică, București, pp. 162-171.

interesul acestora pentru protecția bunurilor, integrității persoanei, etc. față de variatele riscuri care le pot afecta. Cererea de asigurare este influențată de puterea economică a persoanelor fizice și juridice asigurabile și de convingerea acestora față de utilitatea asigurării prin firme specializate.

Cererea de asigurare influențează dimensiunea pieței asigurărilor numai în procesul confruntării ei cu oferta. Prin urmare, mărimea pieței asigurărilor se poate aprecia în funcție de numărul de contracte încheiate în perioada de referință, numărul polițelor de asigurare active, valoarea primelor de asigurare încasate, quantumul sumelor asigurate în aceeași perioadă, mărimea angajamentelor asumate de societatea de asigurare la un moment dat.

Sustenabilitatea financiară a asigurării se află în corelație cu dezvoltarea economică și accesul la venit, iar interesul este potențat de nivelul de cultură economică și de instruire generală, de relațiile de proprietate și de alți factori.

*Cadrul organizațional* al pieței se referă la purtătorii ofertei adică la societățile de asigurare/reasigurare. Pe piața românească, în anul 2012, au desfășurat activitate de asigurare / reasigurare 41 de societăți de asigurare, din care: 22 de societăți au desfășurat activitate de asigurări generale; 11 societăți au desfășurat activitate de asigurări de viață și 8 societăți au practicat ambele categorii de asigurare. În anul 2012 au desfășurat activitate pe teritoriul României, în baza dreptului de stabilire, un număr de 10 sucursale autorizate în alte state membre ale UE – Franța, Germania, Belgia, Marea Britanie, Ungaria, Austria și Suedia care au raportat un volum de prime brute subscrise în România de 216.631.983, în creștere nominală 85,60% față de anul 2011, iar în termeni reali de 76,85%.

#### *Structura și modul de desfășurare a concurenței*

Asigurările și reasigurările sunt caracterizate printr-un grad ridicat de eterogenitate, determinat de existența unei mari diversități de tipuri și categorii de afaceri. De aceea, nu se poate vorbi de o singură piață a asigurărilor / reasigurărilor, ci de piețe ale asigurărilor / reasigurărilor, fiecare dintre ele fiind individualizată prin preponderența unor anumite tipuri de tranzacții. Deci, piața asigurărilor este împărțită în sub-piețe, în funcție de tipul de asigurare practicat. Concurența perfectă se poate manifesta numai între societățile de asigurare cu portofoliul de asigurare omogen sub aspect structural. Concurența pe piața asigurărilor este o componentă esențială a unei economii de piață.<sup>3</sup> Din punct de vedere al concurenței, piața poate fi de două tipuri:

- piața cu concurență perfectă;
- piața cu concurență imperfectă.

Caracteristicile pieței cu concurență perfectă sunt următoarele: atomizarea agenților, libertatea de intrare / ieșire liberă pe / de pe piață, descentralizarea deciziilor, transparența și omogenitatea produsului de asigurare.

Piața are o structură atomizată atunci când reunește un număr mare de ofertanți și solicitanți, astfel încât nici unul dintre participanți nu poate influența sensibil funcționarea acesteia. Atomizarea pieței asigurărilor constituie o condiție fundamentală pentru realizarea concurenței perfecte.

<sup>3</sup> Ciurlău, C. F. (2013). *Macroeconomia tranziției postsocialiste*, Editura Economică, București, pp. 119-134.

Libertatea de intrare-ieșire a participanților pe și de pe piață presupune eliminarea tuturor barierelor legislative sau de altă natură care ar împiedica accesul sau părăsirea pieței de către ofertanți.

Descentralizarea deciziilor se referă la faptul că fiecare societate de asigurare ia decizii în limitele capacității sale financiare, dar trebuie să țină seama și de prevederile legale în materie, pentru a nu-și prejudicia nici interesele proprii și nici pe cele ale terților.

Persoanele fizice nefamiliarizate cu problemele asigurărilor nu realizează, de regulă, avantajele pe care i le poate oferi un contract de asigurare. Agenții de asigurare au rolul de a oferi informații despre utilitatea și oportunitatea contractării unei asigurări. Oferirea de informații clare și veridice pentru informarea potențialilor asigurați susține transparența pieței. Transparența pieței asigurărilor constituie un deziderat. În mod normal, cumpărătorul unei mărfi este avizat sub multiple forme cu privire la calitate, preț, mod de utilizare, scop și destinație. În cazul achiziționării unei polițe de asigurare, asiguratul cu greu poate realiza sau înțelege efectul asigurării, raportul dintre prima de asigurare, suma asigurată, valoarea bunului asigurat, risc, etc. Pentru că piața asigurărilor este în principiu opacă pentru mulți dintre asigurați, extinderea și funcționarea acesteia implică consumarea unor eforturi substanțiale în vederea constituirii interesului potențial vizând asigurarea.

Omogenitatea produsului de asigurare apare atunci când pe piață se comercializează o largă paletă de produse de asigurare (numai asigurările de autovehicule și cele de locuințe sunt omogene). Omogenizarea produsului pe piața asigurărilor rezidă în faptul că deși pe această piață se valorifică o varietate de produse de asigurare, ele nu înlocuiesc unul pe celălalt. Nu se poate concepe ca o asigurare oferită / solicitată să fie acoperită, prin obiect, risc, mecanism, de altă asigurare. Asigurarea de răspundere civilă auto nu se poate substitui și nu poate fi substituită de asigurarea de avarii auto. Asigurările de viață sunt distincte de asigurările de accidente.

Descentralizarea capacității decizionale este o cerință esențială pentru o piață concurențială. În practica asigurărilor comerciale, societățile de asigurare – reasigurare au capacitate decizională în limitele specificului activității, potenței financiare de care dispun și în limitele legii, în măsura în care deciziile respective produc efecte asupra terților, respectiv asupra asiguraților.

*Piața cu concurență imperfectă* se conturează atunci când cel puțin una din trăsăturile pieței cu concurență perfectă, prezentate mai sus, nu caracterizează o piață. De aceea, se consideră că piața asigurărilor de persoane, de bunuri, de răspundere civilă este o piață impură, imperfectă.

Societățile de asigurări aflate în concurență pe piața de asigurări pot avea următoarele comportamente:

– *comportamentul de concurență perfectă* care se aplică de societățile de asigurări cu un volum de activitate redus, cu o putere relativ mică pe piața de asigurări și care oferă pe piață un produs de asigurare care să-i ofere un profit cât mai mare;

– *comportamentul de concurență imperfectă* care presupune existența unui număr mare de societăți de asigurare pe piață, prețul fiind determinat de cererea de asigurări existentă pe piață;

– *comportamentul managerial* care presupune recunoașterea importanței deciziilor luate de managerii societăților de asigurări, practicat în societățile mari, unde aceștia au o putere de decizie mai mare decât cea a acționarilor.

Piața concurențială se caracterizează prin existența și funcționarea în cadrul național a mai multor societăți de asigurare. Fiecare societate de asigurare încearcă să ocupe un segment de piață cât mai mare. În acest scop oferta de asigurare se diversifică, condițiile de asigurare devenind concurențiale. O piață concurențială caracterizează țările cu economie deschisă. Piața neconcurențială a asigurărilor este specifică sistemelor social-economice în care oferta de asigurare se realizează printr-o singură societate de asigurare, de regulă aflată în proprietatea statului, care deține monopolul absolut al pieței respective. În această piață lipsește competiția, dar societatea de asigurare este constrânsă să promoveze o stare concurențială a ofertei pentru a stimula cererea de asigurări. În acest scop, se practică pârghii variate (diversificarea ofertei, clauze și condiții de asigurare adaptate la cererea unor categorii de asigurați, publicitate, promovarea prin efectul legii a unor asigurări).

## **1.2. Impactul segmentării pieței asupra planificării strategice în asigurări**

Produsele și serviciile de asigurări au următoarele caracteristici importante, care influențează în mod semnificativ nu numai proiectarea programelor de marketing, ci și întregul sistem de decizii strategice la nivelul de societății de asigurări. În primul rând, produsele de asigurare sunt *intangibile*. Spre deosebire de bunurile materiale, ele nu pot fi văzute, gustate, simțite, auzite sau mirosite înainte de a fi cumpărate. Pentru a controla incertitudinea asociată achiziției și consumului lor, clienții vor căuta anumite elemente de tangibilizare a acestora. Ei vor încerca să aprecieze calitatea lor în funcție de locul, persoanele, materialul informativ, simbolurile, prețul serviciilor de asigurare și relația dintre prestator și client.

În al doilea rând, o caracteristică esențială produselor de asigurare o constituie *inseparabilitatea*, producția și consumul lor având loc simultan. Având în vedere faptul că asigurarea este furnizată, în general, de către agentul de asigurare (prestatorul serviciului), relația care se stabilește între prestator și client constituie o caracteristică a marketingului asigurărilor.

În al treilea rând, produsele de asigurare au un grad ridicat de *variabilitate*, calitatea acestora depinzând de cine, când și unde le prestează. Societățile de asigurare pot realiza un anumit control al procesului de prestare a serviciului de asigurare, prin selectarea și pregătirea unui personal calificat, încercarea standardizării procesului de prestare a serviciilor și prin măsurarea gradului de

satisfacere a nevoilor clienților (prin intermediul Condițiilor de propuneri și reclamații, sondajelor în rândul clienților).

În cele din urmă, o caracteristică semnificativă a serviciilor de asigurare se referă la *perisabilitatea* acestora. Acest aspect influențează modalitatea de satisfacere a unei cereri fluctuante, a modului în care sunt alocate resursele umane și financiare a unei societăți de asigurare în vederea optimizării rezultatelor. Principalul obiectiv strategic în domeniul asigurărilor are în vedere determinarea și satisfacerea nevoilor și dorințelor clienților. Aceasta este o sarcină complexă având în vedere caracteristicile asigurărilor ca produs tranzacționat pe piață. Într-o zonă guvernată atât de legi obiective, cât și subiective cum este cea a manifestării, conștientizării și exprimării nevoilor și dorințelor, nimic nu poate fi sigur sau permanent. Motivațiile raționale pot să nu genereze deciziile de cumpărare previzionate, la fel de bine cum impulsurile de moment se pot concretiza în cereri neașteptate pe piață. De aceea, în cadrul activității de planificare strategică este esențială analiza dorințelor, modului de percepere, preferințelor și comportamentului de cumpărare al clienților vizați. Această analiză va permite crearea pe piață a unor produse competitive, stabilirea tarifelor, elaborarea mesajelor publicitare și a altor elemente ale mix-ului de marketing.

În ceea ce privește nivelele de abordare a pieței asigurărilor, se disting următoarele: piețele potențiale, piețele disponibile, piețele țintă și piețele penetrate. Pentru a clarifica acești termeni, este utilă definirea *pieței asigurărilor*, ca ansamblul cumpărătorilor / clienților actuali și potențiali, ai unui produs de asigurare. Dimensiunea pieței este dată de numărul de clienți potențiali pentru o anumită ofertă de piață. Aceștia întrunesc trei caracteristici: interes, venit și acces. Din perspectiva acestor caracteristici, principalele nivele ale pieței asigurărilor pot fi descrise în felul următor:

1) *Piața potențială* cuprinde grupul de clienți care manifestă un interes suficient de mare pentru oferta de produse de asigurare. Interesul clienților nu este suficient pentru definirea unei piețe. Cumpărătorii potențiali trebuie să aibă venituri suficiente pentru a-și permite cumpărarea produsului. Deci, mărimea unei piețe este o funcție de interes și de venit. Barierele de acces reduc și mai mult mărimea unei piețe.

2) *Piața disponibilă* cuprinde grupul de clienți potențiali care au interese, venituri suficiente și acces la o anumită ofertă.

3) *Piața țintă* reprezintă partea din piața disponibilă asupra căreia compania de asigurări decide să-și concentreze atenția.

4) *Piața penetrată* reprezintă totalitatea clienților care au încheiat efectiv o poliță.

Pentru succesul unei strategii de afaceri în domeniul asigurărilor este esențială segmentarea relevantă a pieței. Segmentarea pieței este un proces de divizare a unei colectivități în grupe omogene, în funcție de unul sau mai multe criterii. Operațiunea de segmentare presupune mai întâi listarea variabilelor care ar putea explica diferențierea pieței în segmente. Este vorba de formularea unor ipoteze care vor fi supuse observațiilor. În această logică, segmentele de piață sunt grupuri mari de clienți (persoane fizice sau juridice) identificabile în cadrul pieței, ceea ce impune cunoașterea și analiza comportamentului pe tipuri de consumatori. În cazul

*persoanelor fizice* comportamentul acestora este influențat de patru categorii majore de factori:

- *factori culturali* (cultura, clasa socială);
- *factori sociali* (grupurile de referință, familia, rolul și statutul social);
- *factori personali* (vârsta și etapa din ciclul de viață, ocupația, situația materială, stilul de viață, personalitatea, etc);
- *factori psihologici* (motivația, percepția, învățarea, convingerile și atitudinile).

Toți acești factori oferă indicii asupra modului de contactare și de servire mai eficientă a potențialului client.

Planificarea strategică a activității în domeniul asigurărilor presupune, în calitate de demers prealabil de fundamentare, identificarea segmentelor de clienți vizați și înțelegerea corectă a modelelor de cumpărare a acestora.

Cealaltă dimensiune a pieței asigurărilor, *piețele de afaceri*, este alcătuită din *persoane juridice*, a căror cerere este derivată, relativ inelastică și mult mai fluctuantă. Procesul de cumpărare se desfășoară într-un cadru profesional instituționalizat, și implică mai mulți factori de influență (de mediu, organizatorici, interpersonal și individuali). În contextul acestei piețe, trebuie formulate răspunsuri clare la următoarele întrebări: Care sunt principalii participanți în luarea deciziilor?; Care sunt deciziile asupra cărora se influențează?; Ce criterii de evaluare are fiecare participant?. Această procedură de segmentare a pieței trebuie parcursă periodic, pentru că segmentarea de piață se modifică în timp.

Procesul de segmentare a pieței produselor de asigurare, datorită complexității acestora, poate implica utilizarea unei game extrem de diversificate de variabile legate de caracteristicile potențialilor clienți. Se folosesc astfel caracteristici geografice (regiune, populație, densitatea populației, clima), demografice (vârstă, sex, număr de membri ai familiei, venit, ocupație, pregătire, religie, naționalitate) și psihologice (clasa socială, stilul de viață și personalitatea). Indiscutabil, numărul și ordinea de importanță a criteriilor ce vor fi luate în considerație diferă de la o piață la alta. Astfel, de exemplu, categoria profesională din care face parte clientul potențial nu are aceeași importanță în cazul asigurărilor de viață, ca în cazul segmentării pieței potențiale a asigurării de răspundere civilă profesională, etc.

Calitatea informațiilor utilizate în procesul de planificare strategică<sup>4</sup> a asigurărilor reprezintă un factor cheie al succesului. De aceea, componenta principală a operațiunii de segmentare o constituie colectarea și selectarea atentă a informațiilor necesare determinării variabilelor de segmentare. În această ordine de idei, profilul însuși al surselor statistice poate sugera împărțirea pe segmente și dimensionarea acestora. Poate fi vorba de segmentarea unor piețe, de exemplu, în funcție de vârstă, de mediu (urban, rural), statistica demografică oferind informații în această privință. Segmentarea geografică presupune împărțirea pieței în diferite unități geografice (regiuni, județe, orașe, cartiere). Societatea de asigurări se poate hotărî să opereze pe una sau mai multe arii geografice sau să acționeze pe întreg teritoriul național,

---

<sup>4</sup> Mintzberg, H. (2008). *Ascensiunea și declinul planificării strategice*, Editura Publica, București, pp. 21-25.



acordând însă atenție variațiilor locale ale nevoilor și preferințelor potențialilor clienți.

### 1.3. Produse de asigurări

Pe piața asigurărilor din România se practică următoarele tipuri de asigurări (produse de asigurări): asigurări de viață, asigurări generale și asigurări obligatorii<sup>5</sup>:

**a) Asigurările de viață** sunt de mai multe tipuri și anume:

*Asigurările de viață clasice:*

– asigurarea de supraviețuire, prin care suma asigurată urmează să fie plătită la decesul unei persoane (asiguratul de viață), cu condiția ca decesul să se producă în decursul vieții unei alte persoane;

– asigurarea de deces, în care evenimentul asigurat este decesul asiguratului produs pe durata de valabilitate a contractului de asigurare;

– asigurarea mixtă de viață, în care evenimentele asigurate sunt supraviețuirea și decesul asiguratului, iar suma asigurată se plătește asiguratului sau unei alte persoane nominalizate de acesta.

*Anuitățile sau asigurările de tip rentă* presupun plăți periodice pe timpul vieții asiguratului, în schimbul unei sume plătite în rată unică sau sub forma unei serii de prime.

*Asigurările de viață suplimentare* sunt asigurările atașate suplimentar la o poliță și care măresc prin suma asigurată suplimentar protecția standard oferită prin asigurarea de bază. Acordarea uneia sau mai multor despăgubiri pentru asigurările suplimentare nu influențează valoarea asigurării de bază. Aceste asigurări se referă la:

– asigurări de vătămări corporale din accidente;

– asigurări de incapacitate de muncă cauzată de un accident, care sunt asigurări prin care asiguratorul preia riscul financiar aferent pierderii capacității de muncă a asiguratului, ca urmare a unui accident survenit pe durata contractului;

– asigurări de deces rezultat dintr-un accident, care suplimentează protecția oferită de asigurarea de bază pentru deces și în plus, față de returnarea primelor pentru asigurarea de bază oferă beneficiarului o sumă stabilită de asigurat în cazul producerii decesului.

*Asigurările de căsătorii (dota pentru căsătorie) și naștere.* Asigurarea de căsătorie se încasează cu ocazia căsătoriei sau la expirarea poliței, dacă beneficiarul nu s-a căsătorit până la acea dată. În cazul *asigurărilor de naștere*, suma asigurată se plătește la apariția unui copil și are ca scop să asigure acoperirea nevoilor viitoare ale copilului.

---

<sup>5</sup> [www.lasig.ro](http://www.lasig.ro)

*Asigurările unit-linked* sunt asigurările de viață legate de investiții, pentru care expunerea la riscul de investiții este transferată asiguratului (unit-linked); acest tip de produs financiar combină caracteristicile asigurărilor de viață cu cele ale unor produse de investiție, respectiv protecția oferită de o poliță de asigurare de viață cu beneficiile unor investiții administrate în scopul exclusiv al asigurării.

*Asigurările permanente de sănătate* (administrare la fel ca asigurările de viață) sunt asigurările pe termen lung similare celor de viață. Principalul beneficiu este un venit pentru asigurat în perioada când nu este apt de muncă. Asigurătorul rămâne expus permanent la risc, indiferent de schimbările intervenite în starea de sănătate a asiguratului.

*Asigurările de capitalizare* oferă beneficiarului, la maturitatea contractului, suma asigurată garantată la care se adaugă beneficiul investițional. Acestea cuprind:

- asigurări de viață cu primă unică, care presupun ca plata primei să se facă o dată, de obicei la începutul contractului;
- asigurări de viață cu prima eșalonată, care presupun ca plata primelor să se facă, în funcție de condițiile prevăzute în contract, lunar, trimestrial, semestrial sau anual.

*Alte produse de asigurări de viață.*

#### **b) Asigurările generale:**

*Asigurările de accidente și boală*, inclusiv accidentele de muncă și boli profesionale, pentru care se pot acorda atât despăgubiri financiare, în natură sau mixte, cât și despăgubiri pentru vătămări corporale suferite de persoane în timpul transportului.

*Asigurările de sănătate*, pentru care se pot acorda atât despăgubiri financiare sau în natură, cât și mixte. Principalele beneficii disponibile într-un pachet complet sunt beneficiile în numerar, care presupun o plată fixă pentru fiecare zi de spitalizare, precum și acoperirea cheltuielilor de tratament. *Asigurarea de sănătate în sistem privat* acoperă cheltuielile cu serviciile medicale ambulatorii și de spitalizare în caz de accident sau îmbolnăvire. Serviciile medicale de spitalizare presupun spitalizare în regim normal și de urgență, spitalizarea în caz de maternitate, cazarea unui părinte în cazul spitalizării copilului minor, chirurgie plastică și dentară reparatorie în caz de accident, intervenții chirurgicale majore în străinătate, consumabile medicale de calitate și medicamente. Tot în categoria asigurărilor de sănătate putem include și *asigurarea transplantului de celule stem*.

*Asigurările de mijloace de transport feroviar* acoperă orice daună suferită de vehiculele ce se deplasează sau transportă mărfuri ori persoane pe calea ferată.

*Asigurările de mijloace de transport terestru*, altele decât cele feroviare acoperă orice daună suferită de vehiculele terestre, cu motor și altele decât cele cu motor. Acest tip de asigurări acoperă următoarele riscuri: incendiu, explozie, trăsnet; furt total sau parțial al autovehiculului; avarii accidentale datorate ciocnirilor, lovirilor, etc.; evenimente naturale, fenomene atmosferice și evenimente socio-politice. Acest tip de poliță mai poartă denumirea de asigurare CASCO.

*Asigurările de mijloace de transport aerian* acoperă orice daună suferită de vehiculele aeriene care se deplasează sau transportă mărfuri ori persoane pe linie aeriană.

*Asigurările de mijloace de transport naval* acoperă orice daună suferită de vehiculele maritime, fluviale, lacustre sau pentru canale navigabile, construite, amenajate și echipate pentru a pluti, a se deplasa, a transporta mărfuri sau persoane, precum și pentru a executa lucrări tehnice.

*Asigurările de bunuri în tranzit, inclusiv mărfuri transportate, bagaje și orice alte bunuri* acoperă orice daună suferită de bunurile în tranzit sau de bagaje, oricare ar fi mijlocul de transport. Acestea mai pot acoperi riscul de depozitare, de război, de grevă, de avarii deliberate sau de furt, sustragere comisă de căraș și nelivrare. Se încheie în două forme *all risks* sau doar *anumite riscuri*. Astfel, în această clasă de asigurări se întâlnesc asigurările de bunuri și valori pe timpul transportului, asigurările de containere.

*Asigurările de incendiu și calamități naturale* acoperă orice daună parțială sau totală cauzată proprietarilor și bunurilor (altele decât cele acoperite de asigurările de mijloace de transport terestru, asigurările de mijloace de transport feroviar, asigurările de mijloace de transport aerian, asigurările de mijloace de transport naval, asigurările de bunuri în tranzit), cauzată de incendiu, cutremur, inundație, alte calamități naturale, etc.

*Alte asigurări de daune la proprietăți* se referă la asigurările care acoperă orice daună parțială sau totală suferită de proprietate sau bunuri, (altele decât cele acoperite de asigurările de mijloace de transport terestru, asigurările de mijloace de transport feroviar, asigurările de mijloace de transport aerian, asigurările de mijloace de transport naval, asigurările de bunuri în tranzit și asigurările de incendiu și calamități naturale), cauzată de grindină sau îngheț și de alte evenimente (asigurări agricole, asigurarea de utilaje).

*Asigurările de răspundere civilă pentru autovehicule* se referă atât la asigurarea obligatorie de răspundere civilă, internă, pentru pagube produse terților prin accidente de autovehicule, cât și la asigurarea de răspundere civilă auto, externă, Carte Verde, care acoperă orice răspundere rezultată din producerea unor prejudicii produse unor terțe persoane din utilizarea autovehiculelor, inclusiv răspunderea transportatorului. Acestea sunt obligatorii și facultative.

*Asigurările de răspundere civilă pentru mijloace de transport aerian*, prin care se acoperă orice răspundere rezultată prin producerea unor prejudicii produse unor terțe persoane prin utilizarea mijloacelor de transport aerian, inclusiv răspunderea transportatorului.

*Asigurările de răspundere civilă pentru mijloace de transport naval* sunt destinate acoperirii oricărei răspunderi rezultate prin producerea unor prejudicii produse unor terțe persoane prin utilizarea mijloacelor de transport maritim, fluvial, lacustru sau pe canale navigabile, inclusiv răspunderea transportatorului.

*Asigurările de răspundere civilă generală* acoperă orice răspundere rezultată prin producerea unor prejudicii produse unor terțe persoane, altele decât cele acoperite de asigurările de răspundere civilă pentru autovehicule, asigurările de

răspundere civilă pentru mijloace de transport aerian și asigurări de răspundere civilă pentru mijloace de transport naval. În această categorie sunt incluse: asigurarea de răspundere civilă profesională, răspunderea societăților specializate, răspunderea civilă legală.

*Asigurările de credite și garanții*, care au ca obiect acoperirea riscurilor de insolvență generală, de credit de export, de vânzare în rate, de credit ipotecar, de credit agricol, precum și de garanții directe sau indirecte.

*Asigurările de pierderi financiare* acoperă riscurile de pierderi din: utilizare, insuficiență a veniturilor, pierderi cauzate de timpul nefavorabil, pierderi din beneficii, cheltuieli comerciale neprevăzute, menținerea cheltuielilor generale, pierderea valorii de piață, pierderi de rentă sau alte venituri, pierderi comerciale indirecte, altele decât cele specificate mai sus, precum și pierderi necomerciale sau alte pierderi financiare.

*Asigurările de protecție juridică*, care au ca obiect suportarea cheltuielilor cu procedura judiciară și oferirea altor servicii care decurg din acoperirea asigurării, cum ar fi: recuperarea pagubei suferite de asigurat printr-o procedură civilă sau penală, apărarea ori reprezentarea asiguratului într-o procedură penală, administrativă sau împotriva unei reclamații îndreptate împotriva acestuia.

*Asigurările de asistență turistică* care acoperă riscul de asistență oferită persoanelor aflate în dificultate în cursul unor deplasări sau al unei absențe de la domiciliu sau de la locul reședinței permanente. Accidentele cuprinse în asigurare sunt evenimente subite, provenite din afară și fără voința asiguratului, de natură mecanică, chimică sau fizică, cu urmări imediate asupra potențialului fizic, psihosenzorial sau intelectual.

*Asigurările de proprietăți* se referă la asigurarea clădirilor și conținutului acestora, asigurările lucrărilor de construcții / montaj, asigurările instalațiilor, echipamentelor și utilajelor constructorului, asigurările de avarii, accidente ale mașinilor și utilajelor, asigurările de bani și valori, asigurările de echipamente electronice, asigurările de pierderi financiare din întreruperea afacerii, alte asigurări de bunuri.

*Asigurările de transport* (bunuri în tranzit – Cargo, răspunderea caselor de expediții, răspunderea operatorului rutier, răspunderea transportatorului rutier față de marfă).

*Asigurările feroviare* (asigurarea materialului rulant, răspunderea operatorului de manevră feroviară).

*Asigurările fluviale și maritime* (asigurarea navelor fluviale, asigurarea navelor pe timpul construcției, răspunderea operatorilor portuari, răspunderea reparatorilor de nave).

*Alte asigurări generale: asigurarea de șomaj, asigurările medicale pentru călătorii în străinătate.*

**c) Asigurările obligatorii** se referă la asigurarea RCA și asigurarea obligatorie a locuinței.