

Preço e regulamentação travam inovação no seguro

A inovação deve ser levada em conta em todos os setores. Por exemplo, com os riscos empresariais evoluindo a toque de caixa, a **capacidade de inovação** se tornou chave para as seguradoras conseguirem satisfazer as necessidades das empresas.

Mas, no Brasil, fatores ainda atrasam a introdução de novos produtos que já fazem parte do arsenal de **transferência de riscos disponível** para as empresas internacionais.

Paul Conolly, diretor de Resseguros da corretora Bowring Marsh no Brasil, acredita que o mercado evoluiu muito neste sentido. Isso desde o fim do monopólio estatal do resseguro, em 2018, mas ainda há fatores regulatórios e de mercado que freiam a introdução de coberturas inovadoras no país.

Preços

Um exemplo, na opinião do executivo, é a tendência que muitas seguradoras cedentes mostram em **valorizar preços baixos** em seus contratos de resseguro. Dessa forma colocando menos ênfase em outros fatores, como a **qualidade das coberturas** ou sua abrangência.

“O que impede a modernização do seguro é, de certa maneira, a competitividade do mercado,” disse Conolly à RSB.

Ele observou que as seguradoras até demonstram interesse em saber mais a respeito de novas coberturas e serviços. Porém, com muita frequência se mostram relutantes em pagar mais por produtos mais completos.

“A questão de que o mercado é muito direcionado por preço é um dos motivos que **impedem o desenvolvimento** de algumas linhas,”

afirmou.

Susep

Tampouco, a burocracia de aprovação de novos clausulados por parte da Susep ajuda, observou o executivo.

“Ao mesmo tempo, existem dificuldades de clausulado por parte da Susep. O mercado brasileiro ainda é fechado neste sentido”, disse Conolly. “Se a empresa quer aprovar um clausulado para um produto ou um segmento, deve obter autorização da Susep. Isso que demanda tempo, paciência e perseverança.”

Ele ressaltou que, com o engessamento dos clausulados, os corretores acabam tendo menos condições de buscar produtos diferenciados. Igualmente para as necessidades complexas de cada cliente.

“No exterior, um broker pode ter um clausulado para trabalhar a conta de um cliente, e outro para um cliente diferente,” disse. “Aqui o broker está amarrado ao clausulado da seguradora.”

Evolução

No entanto, esta situação parece que está evoluindo.

Nesta semana, segundo o jornal [Valor Econômico](#), a Susep está lançando uma consulta pública. A consulta trata sobre a ideia de flexibilizar a vigência e prazos de contratos de seguros. A medida seria parte do projeto da atual liderança da autarquia de aumentar a flexibilização do mercado.

E mesmo com as atuais restrições, segundo Conolly, o setor tem buscado **trazer inovações** na medida do possível.

“O mercado brasileiro evoluiu muito desde o fim do monopólio de resseguro”, afirmou. “Ainda temos gaps com relação ao

mercado internacional na velocidade com que a gente consegue aprovar um produto, mas, 11 anos atrás, todo o mundo tinha que usar o clausulado que o ressegurador monopolista usava.”

Cyber

Um produto que pode se beneficiar de regras mais flexíveis é o **seguro cibernético**, cujo risco está em constante evolução e, especialmente no caso de grandes clientes, com frequência necessita contemplar as peculiaridades de cada empresa.

“Hoje em dia já é possível lançar produtos diferenciados”, disse Conolly. “O risco cyber pode causar mudanças no mercado no futuro. Trata-se de um risco ainda muito desconhecido, ninguém sabe quais serão os grandes sinistros do cyber. Algumas seguradoras já estão emitindo esta apólice no Brasil, mas só quando elas têm ou o apoio de resseguro de sua casa matriz, ou o suporte de alguma resseguradora de fora com expertise para isso.”

De qualquer maneira, ele nota que os novos produtos às vezes demoram para pegar no mercado nacional. Estima-se, por exemplo, que ainda só haja cerca de 150 ou 170 apólices de cyber no Brasil, e Conolly acredita que algum evento cibernético de grande repercussão pode ser necessário para que a demande engrene.

“O mercado brasileiro é um pouco lento para reagir a produtos novos,” disse o executivo. “Veja o caso do D&O, que é mais ou menos novo, que só deu uma disparada após a Lava Jato. Creio que vai ser o mesmo com o cyber.”

LEIA TAMBÉM

[Contratos inteligentes vão automatizar o seguro](#)