

Clubes europeus compram seguro contra zebra

Quando se fala em clubes europeus e nos mercados desenvolvidos, hoje é **possível comprar seguro contra quase tudo**. Até mesmo contra zebras.

E não estamos falando aqui de uma proteção que o Pantera Negra poderia adquirir contra uma revolta entre os usualmente pacíficos equídeos africanos. Trata-se, isso sim, da famosa zebra esportiva. A situação em que um azarão contradiz todas as expectativas e acaba conquistando glórias inesperadas.

Essa é uma das funções do seguro conhecido no mercado internacional como **Prize Indemnity**. Em determinadas situações, ele funciona como uma garantia que um clube de futebol, por exemplo, pode ter contra seu próprio sucesso.

A lógica por trás da cobertura, que também é utilizada em promoções de marketing ligadas a esportes ou a loterias, é que mesmo as façanhas mais improváveis podem acabar acontecendo. Dessa forma, causando prejuízos financeiros às empresas envolvidas.

Tome-se o caso do futebol. Em vários países europeus, os clubes são empresas constituídas. Da mesma forma são detidas por acionistas. Também fiscalizadas por autoridades tributárias que exigem que, no final do ano, as contas fechem de uma maneira razoável.

Ao mesmo tempo, para ser minimamente competitivos, clubes de pequeno e médio porte necessitam atrair talento. Isso sem poder pagar os salários exorbitantes oferecidos pelo PSG, Manchester City ou Barcelona.

Dessa forma, para compensar os salários modestos, muitos clubes europeus oferecem bônus por desempenho. Igualmente os

bônus são cada vez maiores de acordo com a improbabilidade de uma conquista. Por exemplo, quando ligados à conquista de um título ou à qualificação a Liga dos Campeões da Europa.

Assim, a expectativa é que estes bônus não sejam acionados. Mas às vezes acontece. Por exemplo, quando o Leicester City surpreendeu todo o mundo e ganhou a Premier League inglesa em 2016. Ou em 2012, quando um muito modesto time do Montpellier levantou a Liga Francesa.

São glórias indescritíveis para os torcedores de tais equipes. Porém, são um tremendo baque financeiro imediato para os clubes. Dessa forma, eles se verão forçados a pagar grandes prêmios aos jogadores que realmente não esperavam ter que bancar.

Zebra cara

As quantias podem ser consideráveis para os padrões de clubes mais modestos. Por exemplo, segundo Florent Crossuard, um subscritor da Hannover Re na França, em uma temporada recente o Olympique de Marselha ofereceu 300.000 euros para cada jogador. Isso caso conseguissem ganhar a Liga Francesa.

Ou seja, a possibilidade, ainda que improvável, de conquistar o título criou uma exposição de 9 milhões de euros para o clube em um só ano.

Segundo Creossuard, as coberturas de Prize Indemnity são bastante comuns nas ligas inglesa e alemã. É onde a competição por talento é extremamente acirrada, com bônus suculentos sendo comumente oferecidos aos atletas.

Da mesma forma, há casos famosos de perdas sofridas pelo mercado quando os azarões decidem ir contra a lógica e levantar o caneco. Por exemplo, a primeira observada na França ocorreu em 1997. Foi quando um jovem time do Mônaco inesperadamente venceu o campeonato francês.

Na época, a equipe contava com adolescentes como Thierry Henry, David Trézeguet e Ludovic Giuly. Eles eram não desconhecidos, mas viriam a se tornar astros de estatura mundial.

Um tremendo risco de sucesso para seus empregadores.

A união faz o risco de subscrição

Segundo Crossuard contou, durante apresentação sobre o tema no 26o Rencontres de l'AMRAE, a conferência anual de gestores de riscos franceses, em Marselha, o processo de subscrição do risco possui algumas peculiaridades.

Por exemplo, uma das principais fontes de consulta usadas pelos subscritores são os jornais e revistas esportivos. São edições que trazem informações sobre o dia-a-dia dos clubes.

Afinal, pistas sobre o risco que a seguradora pode assumir também são observadas nas próprias partidas de futebol.

Quando há um gol e os jogadores celebram com doses extras de entusiasmo, por exemplo, os alarmes podem tocar na seguradora. Isso porque um clima de camaradagem extrema em um vestiário unido até a morte podem levar a resultados inesperados.

“Às vezes, a gente fica dividida entre o que sente como torcedor e como subscritor”, brincou Crossuard durante a exposição.

Clubes europeus e outros esportes

Mas não é só o futebol que se vale das coberturas oferecidas pelas apólices de Prize Indemnity. Elas são subscritas por meia dúzia de seguradoras europeias, mas principalmente pelo mercado de Londres.

Em 2011, a equipe de ciclismo do australiano Cadel Evans buscou uma apólice para se proteger da possibilidade de que ele ganhasse a Volta da França.

Como Evans tinha 34 anos, e havia pouquíssimos casos de corredores de tal idade vencendo a mais dura prova do ciclismo mundial, o risco foi aceito pelo mercado. Evans, porém, contra todos os prognósticos, acabou a prova vestindo a camisa amarela do vencedor, e a cobertura, estimada em 3 milhões de euros, foi acionada.

Empresas que realizam promoções ligadas aos esportes também costumam comprar a cobertura para se proteger contra façanhas inesperadas.

Por exemplo, no circuito de golfe, que move muita grana, patrocinadores oferecem prêmios como automóveis de luxo para os jogadores que conseguirem acertar um hole in one, ou seja, emburacar a pelota logo no primeiro golpe.

A chance de que isso ocorra é muito pequena, cerca de 1 em 2.500 entre jogadores profissionais, e de 1 em 12.500 entre os jogadores normais.

Mas às vezes alguém consegue acertar o golpe, e há casos em que a façanha se repete em curtos períodos de tempo. Então os patrocinadores compram a apólice de Prize Indemnity para transferir os custos financeiros de tão improvável evento.

O mesmo acontece com aquelas promoções em que se prometem automóveis ou outros prêmios a quem conseguir fazer uma cesta do meio da quadra ou acertar o travessão dando um chute desde o círculo central de um campo de futebol.

LEIA TAMBÉM

[Internet das coisas: o impacto no mercado de seguros](#)