

## A atividade securitária e a sociedade

POR **WADY CURY**  
PGA 2016

O principal marco regulatório das operações de seguros no Brasil completou 51 anos. Ao longo desse período, muita coisa mudou. As evoluções da tecnologia ocorrem em ritmo cada vez mais acelerado, e a complexidade do ambiente exige a inovação e adaptação contínua das empresas.

A atividade securitária também enfrenta novos desafios. As necessidades de proteção são cada vez mais complexas, exigindo coberturas impensáveis há cinco décadas.

As seguradoras tiveram de ir além do tripé tradicional de bens seguráveis (incêndio, carro e vida) e se adaptar às novas demandas da sociedade, desenvolvendo garantias para as mais variadas necessidades: *cyber risks*, variações climáticas, satélites, riscos políticos, além da transformação dos interesses seguráveis.

Fazendo um paralelo com as ideias do filósofo francês Jean-Paul Sartre, a “existência” que precede a “essência” se constrói com a liberdade responsável que o homem manifesta ao escolher os rumos de sua própria vida. No mercado segurador, a existência do seguro é o risco. Já a essência é a sociedade, com as pessoas que a compõem, seus hábitos e diferentes necessidades e demandas. E a gestão é feita pela governança que monitora as empresas, organizando seu relacionamento com as partes interessadas.

Diante dessa rápida evolução, o setor de seguros vem se perguntando sobre qual a melhor forma de atender os novos consumidores, cada vez menos ligados ao ideal de propriedade e à posse de bens materiais. Afinal, o que deve ser segurado? O risco continua – o que muda é a relação de responsabilidade pelo uso da propriedade e do bem. Tomemos como exemplo o automóvel autônomo, que anda sem a intervenção de um motorista. O seguro vai continuar existindo quando essa tecnologia estiver mais presente no nosso cotidiano, porque o risco não desaparecerá. O que deve mudar é a relação de responsabilidade por esse risco. Em princípio, o carro autônomo vai evitar qualquer tipo de acidente, pois foi desenvolvido para isso. Mas, haverá outros riscos e danos e sua responsabilidade recairá sobre o produto. As montadoras devem garantir que os passageiros sejam levados em segurança até seu destino, já que os ocupantes não serão mais responsáveis pela condução do veículo. Isso sem falar no *cyber risk* de, por exemplo, o trajeto ser modificado por alguém que invadiu o comando do carro. Quem será responsável, já que o cliente não tem controle sobre os comandos?

Para continuar no jogo, as seguradoras precisam estar atentas a esses movimentos e se antecipar às novas tendências. Devem atuar mantendo um olhar no presente, mas visionando o futuro e se preparando para as mudanças que virão. O grande desafio é como fazer essa “calibração” da ação presente, com um futuro que se



aproxima em velocidade cada vez maior. O mercado de seguros é muito focado no hoje – no microscópio. Para sobreviver, as seguradoras precisam ter uma visão mais ampla e tornar a indústria de seguros atrativa para as novas gerações – foco no telescópio.

Um exemplo da transformação rápida são as *insurtechs*, que devem modificar a interação entre seguradoras e segurados, utilizando ferramentas de alta tecnologia para solucionar problemas e criar novas possibilidades. O avanço da tecnologia abre muitas oportunidades para o setor: utilização de canais digitais para vender seguros e se relacionar com os clientes; novas soluções e formas de pagamento; tecnologias inteligentes que afetam os índices de sinistralidade e geram a necessidade de regulamentação; inteligência artificial que permite ao mercado prever o futuro, em vez de estudar fenômenos já ocorridos, para precificar e gerir indenizações em minutos.

A inovação de processos, produtos e serviços é fundamental para que a indústria seguradora realize um trabalho de prevenção e desenvolvimento de medidas de mitigação, seja em relação a questões regulatórias (com novas habilidades e formas de atuação), ou ao crescimento do uso de tecnologias digitais pela população (novas ferramentas, produtos e serviços que dialoguem com esse novo cenário digital).

Mas de que adianta inovar, se todo esse esforço não tiver um valor percebido pelos clientes e pela sociedade? Como o princípio do seguro se baseia numa relação de boa-fé, é preciso trabalhar para que todos os processos de aceitação e regulação de sinistros sejam realizados dessa forma. Um dos requisitos básicos para que a transformação seja bem-sucedida é ter uma governança fortalecida, processo que envolve a forma como as empresas reagem ao presente e ao futuro.

As seguradoras precisam entender que não são mais empresas indenizatórias, e sim, prestadoras de serviços. Ainda temos um longo caminho a percorrer, pois todos os processos do mercado segurador foram desenvolvidos e aplicados com a lógica indenizatória. É hora de mudar esse modelo mental e ajudar os clientes a mitigar e reduzir riscos. Cabe às companhias não apenas cumprirem o que prometem no contrato, mas devolverem à sociedade todo o aprendizado que tiveram com eventos e riscos mitigados. É preciso unir as seguradoras em torno do mesmo objetivo e ajudar a fazer essa transformação. A regulamentação precisa ser atualizada e modernizada para que o setor acompanhe a evolução da sociedade.

A crise separa os amadores dos profissionais. De que lado queremos estar, quando ela passar?

WADY CURY é Diretor do GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE.