



Estamos a caminho da disrupção dos seguros?

ADERBAL HUMBERTO AMARO

Alguns termos acabam por criar aderência ao público em geral e viram clichês nas mesas de reunião, tais como “*compliance*”, “vantagem competitiva”, “zona de conforto” e, agora, de forma mais recente, a “disrupção” ou “inovação disruptiva”. A “disrupção” surgiu com o professor de Harvard Clayton Christensen. É um termo usado para descrever iniciativas que apresentam produtos acessíveis e incentivam o crescimento de um mercado emergente de consumidores, desestabilizando as empresas que eram líderes no setor.

A passagem dos discos de vinil para os CDs e DVDs, o surgimento das câmeras digitais substituindo os tradicionais filmes em acetato, *sites* de *stream* de músicas e o Netflix são exemplos de disrupção.

O mercado de seguros evoluiu muito nos últimos anos, principalmente em relação à quebra do monopólio do resseguro; à quantidade de produtos disponibilizados; à criação de ferramentas de cálculo, inicialmente através dos kits e, depois, dos sites das seguradoras e dos sistemas de multicálculo; e aos *sites* de venda *on-line*. Porém, o que mais vivenciaremos em poucos anos?

A internet democratizou a informação, levou ao surgimento das redes sociais e saiu do computador para o *notebook*. Dali para os *tablets* e *smartphones*, sendo que estes últimos tomaram o mercado. Só no Brasil, a expectativa é de chegarmos a um aparelho de celular por habitante em 2017.

A tecnologia não para de evoluir. A Internet das Coisas, a Inteligência Artificial e o *Blockchain* estão cada vez mais presentes nessa nova Revolução Industrial, em que os processos produtivos tradicionais são e serão reinventados. Estamos na chamada “Era digital”, e o mercado de seguros tem que acompanhar as mudanças e “sair da caixa”, uma tarefa que não é das mais fáceis, considerando que temos de alterar todo o jeito de ser de um mercado usualmente tido como conservador.

Novos conceitos surgiram e precisam ser incorporados aos nossos modelos de seguro:

- **Internet das Coisas (IoT)**, que é a interligação digital entre objetos físicos – eletrodomésticos, veículos, acessórios pessoais e máquinas em geral –, viabilizada por sensores, *softwares* e conexões em rede. Permite que esses objetos colem e troquem dados entre si.
- **Inteligência Artificial**, em que máquinas “inteligentes” são capazes de aprender e identificar mudanças, chegando a uma tomada de decisão autônoma, mas que garante o cumprimento de uma tarefa específica.
- **Blockchain**, uma base de dados que permite a construção de uma lista (quase infinita) de registros de transações entre duas partes. Apesar de contar com dados acessíveis e abertos, os mesmos são invioláveis e permanentes.

Essas tecnologias permitirão cada vez mais a integração entre as máquinas, *softwares* e as pessoas, com muitas decisões sendo tomadas sem a intervenção humana e em tempo real.

Quando ouvimos falar do *Blockchain*, nos remetemos diretamente às criptomoedas, principalmente a mais conhecida, o Bitcoin. Este é apenas um exemplo entre as várias moedas digitais criadas através da aplicação do *Blockchain*, pois outras, como Ethereum, Stratis, etc., seguem firmes, com muitos apostando que o dinheiro no formato papel-moeda deixará de existir em alguns anos. Entretanto, além das criptomoedas, o *Blockchain* pode ser usado em uma infinidade de outras aplicações, entre elas para registrar a assinatura de contratos e apólices e verificação de identidades, substituindo as atuais assinaturas e documentos físicos utilizados no dia a dia da área de seguros, pois gera confiança entre desconhecidos por meio da segurança existente em seus registros.

Esse mesmo *Blockchain* permitirá que os objetos com tecnologia IoT “conversem” e se interliguem numa grande rede, mesmo que fabricados por diferentes empresas.

O futuro das casas ainda mais inteligentes e com equipamentos ligados à rede nos trará uma série de novos riscos a trabalhar e que muitas vezes ainda são desconhecidos, até mesmo para as empresas. Um hotel foi *hackeado* e teve todas as fechaduras eletrônicas dos quartos travadas: o que impedirá que o mesmo aconteça com uma residência inteligente? Os riscos cibernéticos aumentarão e migrarão também para os seguros residenciais, pois uma invasão não usará somente como porta de entrada um computador, mas objetos da casa ligados e cuja proteção é menor.

Inovação constante é o desafio para o mercado de seguros, e inovação está diretamente ligada às *startups*. São empresas novas ou ainda em fase de constituição mas com projetos promissores e conectados a ideias inovadoras, com mais destaque, mas não de forma exclusiva, na área de tecnologia.

As *startups* brasileiras dedicadas à tecnologia e inovação para o mercado financeiro, denominadas “Fintechs”, tornaram possível a utilização de serviços financeiros com base na aplicação do *Blockchain*, sem ter que passar pelos bancos tradicionais. O exemplo mais conhecido é o do cartão de crédito Nubank, que ofereceu cartões de crédito sem tarifas e cobrança de taxas de juros abaixo do mercado. Neste mesmo caminho diversas iniciativas para os seguros começaram a surgir. Consolidando uma derivação das *Fintechs* do mercado financeiro para as InsurTechs, junção do termo *insurance* (“seguro”, em inglês) + *technology* (“tecnologia”).

Hoje, as InsurTechs são uma realidade no Brasil e vão além da controvertida Youse até as plataformas de venda *on-line*, Bidu, Sossego, Smartia e novos nomes, como a Thinkseg e a Kakau. Todas focadas na necessidade de inovar a comunicação e a experiência de venda, utilizando formas mais amigáveis e transparentes de mostrar a importância e benefícios de uma apólice de seguros.

Nas entrelinhas das notícias veiculadas na mídia nacional, podemos identificar o quanto de investimentos as seguradoras vêm anunciando em novas tecnologias e em *startups*. Por mais lento que seja esse desenvolvimento, considerando a própria regulamentação do nosso mercado segurador, ninguém quer ficar de fora e despreparado para o que o mundo digital está trazendo e irá criar em relação a oportunidades e negócios. O mercado vai evoluir.

Os próprios fabricantes de automóvel, como Ford, GM, BMW, estão investindo milhões em *startups*. Os conceitos de propriedade estão sendo redefinidos. Temos à frente uma geração que compartilhará as coisas e talvez não mais se importe tanto em ter e possuir. Com essa mudança, quem será o segurado? Quem vai contratar e pagar por uma apólice de seguro?



A disrupção do mercado segurador acontecerá, de forma inevitável, como em vários outros setores, pois é um caminho sem volta.

Essa reconfiguração, contudo, será de forma gradual, com adoção de novas práticas e a quebra dos muitos paradigmas existentes.

Podemos pensar: “Ah, isso está muito longe de acontecer no Brasil”. Imagine que você quer comprar um produto através de um *e-commerce*. Você mora sozinho, portanto corre o risco de o produto ser devolvido pela ausência de uma pessoa em casa para recebê-lo. Muitas empresas também têm regras, por vezes proibindo o recebimento de mercadorias de funcionários nas suas dependências. Que tal recorrer ao serviço de uma *startup* que lhe concede a opção de escolher onde seu produto pode ser retirado? Sua compra pela internet pode ser entregue num local de mais fácil acesso, próximo à sua casa, como um mercado, uma padaria, um posto de gasolina, etc. A retirada se dará no momento mais adequado, sem riscos de extravio. Hoje temos pelo menos duas *startups* tupiniquins trabalhando com esse conceito e com projetos-piloto em andamento.

Se essa *startup* procurar uma apólice de seguro para garantir essas mercadorias, estamos prontos para atendê-la? Estamos falando de oferecer cobertura para bens de terceiros (o produto é de quem comprou, ou do *e-commerce*, porque a venda se realiza com a entrega), armazenados em locais de terceiros (pontos de retirada diversos espalhados pela cidade) e com o seguro contratado por um intermediário (*startup*), o qual não comprou ou vendeu o item, mas criou uma tecnologia para gerenciar esse fluxo logístico e assumiu a responsabilidade de entregá-lo são e salvo, em determinado local por ele disponibilizado. Quem trabalha com seguro empresarial sabe a importância que os atuais clausulados fazem em relação à questão do bem segurado ser próprio ou de terceiros, de estar em local próprio ou de outros. Temos que atualizar nossos conceitos.

Mesmo toda a dinâmica em si das *startups*, com a interação constante de investidores, aceleradoras, empreendedores, investidores-anjo, programadores, etc., é diferente do que ocorre nas empresas tradicionais. São, muitas vezes, vários CNPJs convivendo no mesmo ambiente, com contratos de prestação de serviços temporários que se tornarão definitivos se a *startup* se mantiver ativa. Essas questões precisam ser atendidas segundo esse novo conceito, também na parte de seguros. Contratar ou comercializar um seguro voltado apenas para funcionários CLT é praticamente impossível num mundo de novas relações de trabalho como das *startups*. Novos tempos, novas práticas.

Temos que considerar, por fim que, a internet não tem fronteiras e nem barreiras territoriais. Com o UBER, aplicativo disponível para celulares que conecta motorista a passageiros, é possível contratar uma corrida particular em mais de 80 países. Isso cria a necessidade do nosso mercado de seguros pensar cada vez mais de forma global, extrapolando a fronteira brasileira, pois com o uso de aplicativos ou de um site, uma *startup* aqui do Brasil poderá atuar e ter clientes do outro lado do mundo.

Diante de todos esses cenários, a disrupção do mercado segurador acontecerá, de forma inevitável, como em vários outros setores, pois é um caminho sem volta. Essa reconfiguração, contudo, será de forma gradual, com adoção de novas práticas e a quebra dos muitos paradigmas existentes. É uma área ainda com muitas oportunidades para todos, portanto não é preciso acabar com corretores, prepostos e seguradoras.

As entidades reguladoras e de representação deverão estar atentas às mudanças e à essa necessidade de capacitar e engajar o mercado segurador, em suas várias frentes, na busca das práticas inovadoras, as quais possam fomentar e ampliar a carteira de negócios, focando na busca incessante por produtos melhores e adaptáveis, de tal forma que atendam aos novos segurados e riscos da era digital, ampliando os ganhos de modo mais inteligente e com custos menores – algo que toda a tecnologia existente pode nos ajudar a desenvolver. ●

ADERBAL HUMBERTO BRAUN AMARO

Graduado em Direito pela Universidade Regional de Blumenau. Possui pós-graduação em Gestão em Seguros ministrada pelo ICPG de Blumenau. É professor da Escola Nacional de Seguros na disciplina Riscos e Ramos Diversos e Gerenciamento de Riscos e diretor corporative na Áthina Corretora em Blumenau. Corretor de seguros formado pela Escola Nacional de Seguros com certificação expedida pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) em andamento. aderbal@athinaseguros.com