



Inovação no mercado de seguros

O futuro bate à porta

RAQUEL FERREIRA DA SILVA

“Inovação” é a palavra de ordem no mercado de seguros. Não sem atraso, o segmento despertou para a necessidade de renovar-se e aperfeiçoar a operação, a fim de acompanhar as agudas transformações sociais e econômicas advindas do desenvolvimento tecnológico.

Para assimilar melhor esse processo de transformação, é preciso compreender do que se fala, quando se discute inovação. Joseph Schumpeter¹ defendia a inovação como motor da atividade empreendedora e, por conseguinte, do próprio sistema capitalista, caracterizando-a como ingrediente capaz de romper um ciclo econômico estável e produzir “lucro extraordinário”.

A doutrina contemporânea classifica o processo inovador como *incremental*, *radical* ou *disruptivo*.

Por incremental entende-se uma série de melhorias nos produtos, focadas na produtividade e baixo custo de implementação, sem grande impacto econômico ou social.

¹O economista e cientista político tcheco Joseph Schumpeter é considerado a maior referência teórica do assunto. Sua tese do ciclo econômico cita como exemplos de inovação as hipóteses de introdução de um novo método de produção ou de comercialização, um novo bem, a conquista de novas fontes de matéria prima ou a alteração da estrutura de mercado vigente.



O radical, mais agudo, envolve a criação de produtos ou alteração do relacionamento com clientes.

Já o disruptivo tende à criação de um novo modelo de negócios, de um mercado que antes não existia e a transformação de não consumidores em consumidores.

A metodologia utilizada na PINTEC² considera inovação os procedimentos tecnologicamente novos ou substancialmente aperfeiçoados. Não estão inseridas nesse conceito as mudanças estéticas, as alterações que não envolvam um grau suficiente de novidade ou esforço tecnológico, e que não acrescentem nada significativo no desempenho, ou baseadas em produtos desenvolvidos por outras empresas (ABGI, 2018).

Em que estágio se encontra o mercado de seguros? Avaliando-se as proposições caseiras das seguradoras tradicionais, percebe-se mais a customização de produtos, sem novidades relevantes. Por outro lado, as *insurtechs* têm apresentado inovações significativas, principalmente voltadas à contratação de seguros pela internet, prometendo ao segurado uma experiência simples e segura.

Serve de arquétipo o projeto da Thinkseg, primeira empresa a implementar o modelo *pay per use* para seguros de veículos e equipamentos de mobilidade, viabilizado a partir da tecnologia para medir o tempo de utilização e cobrar um valor por quilometragem rodada. Promete transparência e preço justo na contratação, uso de telemetria, orçamento de reparo em até oito minutos e acionamento da assistência com um toque no celular. Entretanto, considerando-se que o *pay per use* não foi uma invenção da empresa, mas um sistema já utilizado em outros países e há pouco autorizado pela SUSEP, a inovação mostra-se mais incremental do que radical.

No âmbito regulatório, a atuação da SUSEP promoveu importantes alterações na normatização do comércio por meios remotos e, atualmente, conduz o procedimento que elegerá dez empresas para operarem como *sandbox*, modelo que permite que sociedades autorizadas ofereçam serviços sem as restrições impostas pela legislação, atuando por um período limitado. O objetivo é estimular a experimentação de novas tecnologias e permitir que a autarquia avalie de perto os riscos e impactos junto aos segurados.

² A Pesquisa de Inovação (PINTEC), aplicada pelo IBGE, analisa os setores da indústria, serviços e energia, fazendo um levantamento de informações para obter indicadores nacionais sobre as atividades de inovação empreendidas pelas empresas brasileiras.

As insurtechs têm apresentado inovações significativas, principalmente voltadas à contratação de seguros pela internet, prometendo ao segurado uma experiência simples e segura.

Tais movimentos, em um dos setores econômicos mais conservadores do país, ainda que incipientes, têm ocasionado profecias que anunciam a iminência de um terremoto disruptivo e o fim de canais de distribuição tradicionais, como se, da noite para o dia, tudo fosse ser transformado. Não parece ser a melhor análise, ressaltando-se os potenciais equívocos de se pretender visualizar o futuro. Deve-se considerar a necessidade de vultosos investimentos em tecnologia em uma realidade econômica pouco colaborativa. Além disso, a inovação “perturbadora”³ é, usualmente, gradual e iniciada em pequena escala. Ou seja, os projetos atuais não tendem à implementação e aceitação abruptas.

O assunto é propício para outras reflexões. Se a evolução tecnológica é irrefreável, ela não é capaz de, sozinha, trazer a plenitude do desenvolvimento almejado pelo mercado, que tem mais evidentemente obtido resultados financeiros positivos pela majoração dos prêmios e de conjunturas específicas (como a reforma da Previdência) do que por meio da ampliação do consumo.

Desenvolvido a partir de rígidas normas técnicas e mecanismos de controle de solvência, o segmento vem padecendo dos efeitos colaterais desse modelo de regulação⁴, bem

³ O termo é utilizado em estudo produzido pela Harvard Business School. Para uma inovação ser perturbadora, uma empresa deve, primeiro, obter aceitação na extremidade inferior do mercado, o segmento em geral ignorado pelos operadores históricos, em vez de clientes avançados mais lucrativos (HOPP, 2018).

⁴ Neste sentido CARLINI, Angélica (2019): “A liberdade para proposição de novas coberturas, de novos modelos de seguro, é muito reduzida. Os seguros *não padronizados* são pouco praticados no Brasil porque há dificuldade de serem aprovados pelos técnicos que atuam na SUSEP e, com isso, são criadas dificuldades para a concorrência e a inovação” (CARLINI, 2019).

como de sua característica histórica de excessiva cautela e reatividade. Contratos demasiadamente técnicos e incompreensíveis, falha informacional na relação com cliente, prêmios elevados e um alto custo de distribuição fazem com que o consumidor não tenha dimensão da relevância do setor e escolha opções alternativas e ilegais de garantia, especialmente no ramo de automóveis e benefícios.

Nesse processo de mudanças, é importante não perder de vista os fundamentos do instituto *seguro* e sua função social, tão essenciais para o equilíbrio da coletividade. Esse mecanismo de proteção que se sustenta na socialização de riscos está, hoje, acessível a apenas uma parcela de consumidores, e o processo de inovação deve também ser um instrumento de sua democratização. Assim, mais que um objetivo econômico, a inovação no setor precisa ser um valor que proporcione o enaltecimento do produto e de seu destinatário.

Por fim, parece óbvio que o êxito do processo de evolução pela inovação sustenta-se na educação e pesquisa, visando ao acultramento e formação em seguros, tanto para profissionais do mercado quanto para consumidores. Para que isso ocorra, se faz urgente repensar a metodologia tradicional, que privilegia o ensino das mesmas regras que engessaram o ambiente, e mostrar que o seguro é um negócio solidário, cujos benefícios não devem estar vinculados a apenas uma das partes, mas, antes, precisam ser compartilhados e usufruídos por toda a cadeia econômica. ●



RAQUEL FERREIRA DA SILVA

Professora do Curso para Habilitação de Corretores de Seguros pela ENS em Minas Gerais.
raquel@ferreirasa.adv.br

Referências Bibliográficas

ABGI. Accelerating Innovation Brasil. **Inovação de produto X Inovação de processo**. 2018. Disponível em: <https://brasil.abgi-group.com/radar-inovacao/inovacao-tecnologica-inovacao-de-produto-x-inovacao-de-processo/>. Acesso em: 05 mar. 2020.

CARLINI, Angélica. Função social dos contratos de seguro e sustentabilidade. **Revista Cadernos de Seguro n. 171**. Rio de Janeiro: Escola Nacional de Seguros, 2012. p. 16-24.

CARLINI, Angélica. Lei de Liberdade Econômica e novos tempos para a regulação de seguros privados no Brasil. Migalhas. 21 out. 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/MigalhasContratuais/136,MI313364,61044-Lei+de+Liberdade+Economica+e+novos+tempos+para+a+regulacao+de+seguros>. Acesso em: 05 mar. 2020.

CHAVES, Fernanda. Regulação mais restritiva: prejuízo para os consumidores? **Revista Cadernos de Seguro n. 166**. Rio de Janeiro: Escola Nacional de Seguros, 2011. p. 40-43.

HOPP, Christian. What 40 Years of Research Reveals About the Difference Between Disruptive and Radical Innovation. Harvard Business Review. 09 abr. 2018. Disponível em: <https://hbr.org/2018/04/>

what-40-years-of-research-reveals-about-the-difference-between-disruptive-and-radical-innovation. Acesso em: 05 mar. 2020.

POLIDO, Walter A. **Contrato de seguro: novos paradigmas**. São Paulo: Editora Roncarati, 2010. p.61.

PRADO, José. Três tendências para os próximos três anos. **Conexão Fintech**. [s.d.]. Disponível em: <https://www.conexaofintech.com.br/insurtech/3-tendencias-mercado-de-seguros/> Acesso em: 05 mar. 2020.

SPINA, Felipe. As insurtechs como parte de um mercado segurador ecossistêmico. **Distrito**. 2018. Disponível em: https://distrito.me/blog-insurtechs-como-parte-de-um-mercado-segurador-ecossistemico/?gclid=EAIaIQobChMluOeMkPnn5QIViAWRCh3EBQ9fEAMYAiAAEgIhj_D_BwE. Acesso em: 05 mar. 2020.

TERRAÇO ECONÔMICO. Schumpeter: inovação, destruição criadora e desenvolvimento. **Infomoney**. 30 set. 2016. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/colunistas/terraço-economico/schumpeter-inovacao-destruicao-criadora-e-desenvolvimento/>. Acesso em: 05 mar. 2020.

THINKSEG. Seguro auto online é confiável? Mitos e verdades sobre a contratação totalmente digital. Thinkseg [Online]. 09 nov. 2019.