

Por Antonio Penteadó Mendonça



O Brasil vive uma série de rupturas nos modelos tradicionais de negócios. A mais impactante foi, sem dúvida, a abertura de capital do Nubank, que deu à instituição durante um tempo o posto de banco com maior valor de mercado da América do Sul, ultrapassando o Itaú Unibanco, até então o banco mais valioso do continente.

Não cabe aqui discutir o modelo de negócio de um e de outro, nem se tem lógica uma empresa com poucos anos, e que não dá lucro, valer mais do que uma instituição altamente rentável, solidamente capitalizada e com participações bilionárias nos mais variados setores.

Ainda não aconteceu nada parecido no setor de seguros, mas isso não quer dizer que não estejam surgindo negócios completamente novos, com desenhos inéditos e propostas inimagináveis até agora. Mais do que isso, vários desses negócios têm conseguido captar altas somas de recursos, na casa das centenas de milhões de reais, o que lhes dá fôlego para se atirarem de corpo e alma na viabilização de suas propostas, ainda que em projetos de longo prazo.

Entre eles foram criadas seguradoras, boa parte dentro do “sandbox” regulatório regulamentado pela SUSEP (Superintendência de Seguros Privados), o que lhes dá vantagens competitivas importantes para ganharem musculatura e competirem, no futuro próximo, de igual para igual com as companhias tradicionais.

Algumas delas, por incrível que pareça, têm foco no tradicional e bem explorado mercado de seguro de veículos. Pode parecer um contrassenso, mas, ainda que a produção de veículos não deva voltar aos patamares de alguns anos atrás e as seguradoras tradicionais atuem eficientemente nesse ramo de seguro, tanto que é o mais importante do mercado, elas entendem que há espaço para novos desenhos de apólices, dentro das regras disruptivas recentemente baixadas pela SUSEP.

Seriam produtos mais simples, de contratação mais amigável, que poderia ser feita sem a participação dos corretores de seguros. O que chama a atenção dessas seguradoras é a baixa penetração do seguro na frota de veículos nacional. Grosso modo, fala-se em 70% da frota sem qualquer tipo de seguro, mas esse número fica mais atraente se levarmos em conta a baixíssima contratação de seguros de danos a terceiros e seguros de acidentes pessoais de passageiros.

A possibilidade de oferecer apólices diferentes, desenhadas para cobertura parcial, veículos mais velhos, motoristas individualizados, responsabilidade civil, etc, abriu o apetite de investidores dispostos a ingressarem no negócio. Mas não é apenas o seguro de veículos que atrai novos players. Seguros para celulares são vistos como muito interessantes, até porque permitem a criação de valor em atividades paralelas, como o gerenciamento de bancos de dados.

Como acontece sempre, por uma razão ou por outra, não serão todas que darão certo. Além disso,

as seguradoras tradicionais não estão paradas, então a concorrência deve ser feroz. Isto é muito bom para o segurado.

Fonte: [SindSeg_SP](#), em 11.02.2022.