

Por Aparecido Mendes Rocha (*)

A corrente de comércio brasileira (soma das exportações com importações) registrou US\$ 454.132 bilhões em 2014, conforme dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). As exportações somaram US\$ 225.101 bi e as importações US\$ 229,031 bi. O resultado do ano mostrou uma queda de 5,74% em relação a 2013, e as previsões para 2015 são incertas. Mesmo assim, os números são expressivos e desperta muita atenção do mercado de seguros que ainda é incipiente no comércio internacional.

Durante anos, as companhias de seguros praticamente desprezaram o comércio exterior, e preferiram concentrar seus investimentos em seguros populares e massificados, que são muito maiores e apresentam receitas mais rapidamente. As seguradoras gastam milhões de reais em campanhas de marketing e divulgação de seus produtos, mas nada midiático sobre o seguro de transporte internacional, um ramo diferenciado, sofisticado e, considerado o mais nobre de seguro.

Em 2014, os prêmios de seguro de transporte internacional representou menos de 0,5% da totalidade dos prêmios arrecadados em todos os ramos. Essa participação inexpressiva do ramo de transporte internacional não corresponde à potencialidade do comércio exterior brasileiro, e se justifica pela falta de investimentos das seguradoras no segmento, falta de criação de produtos e ações que elevem a cultura do seguro e mostre seus benefícios.

Com o elevado nível de competitividade nos seguros massificados, as seguradoras buscam novos nichos de mercado e o ramo de transporte internacional começa a despertar o interesse daquelas com pretensões em aproveitar as oportunidades que comércio exterior oferece.

As seguradoras são muito bem vindas ao Comex, há um oceano de oportunidades, principalmente para aquelas que têm algo diferente a oferecer a um setor onde muitos importadores e exportadores realizam suas operações de compra e venda sem seguro, ou contratam pouco. Entretanto, não basta apenas vender o seguro tradicional com taxa menor que de outras seguradoras, um erro já cometido por algumas que se aventuraram no ramo e posteriormente se retiraram por falta de estratégias corretas.

As seguradoras que desejarem participar ou aumentar seus negócios no ramo de transporte internacional, precisam ser cuidadosas na avaliação de riscos e experiências anteriores, diferenciar tamanho de clientes e volume de negócios, estabelecer regras de gerenciamento de riscos específicas e precificar corretamente os seguros. Além disso, é preciso inovar, criar novos produtos e novas coberturas, investir fortemente em marketing e identificar a forma de distribuição com corretores de seguros especializados e capacitados.

O seguro de transporte é muito complexo, com características únicas, e exige do corretor de seguros não só conhecimentos das condições do seguro e legislação securitária, mas também sobre convenções e tratados internacionais, direitos e obrigações, dominar o Incoterms e entender à aplicabilidade das leis e código de defesa do consumidor nos contratos de seguros.

(*) Aparecido Mendes Rocha é especialista em seguros internacionais.

Fonte: [Blog do Rocha](#), em 06.01.2014.