

Por Antonio Penteado Mendonça



O negócio de uma fábrica de geladeiras é produzir e vender geladeiras. O negócio de uma seguradora é desenvolver e vender apólices de seguros. Ninguém espera que uma geladeira não refrigere os alimentos armazenados dentro dela. Da mesma forma, ninguém espera que uma seguradora não pague a indenização de um sinistro coberto.

O negócio da seguradora não é o pagamento da indenização. O negócio da seguradora é aceitar seguros, ou seja, garantir que, no caso da ocorrência de um sinistro coberto, seu segurado será indenizado. A indenização não é o principal, a indenização é a consequência. Ela pode ou não ocorrer, daí ser condição fundamental do negócio de seguro a aleatoriedade do risco, além dele ser futuro.

Importante salientar que o fato do risco ser futuro não o faz automaticamente aleatório. Um evento passado não tem aleatoriedade porque o resultado já é conhecido, mas algo que ainda não ocorreu pode ou não ser aleatório, dependendo da sua natureza. Por exemplo, um despertador despertar às seis horas da manhã do dia seguinte é um acontecimento futuro, mas não é um acontecimento aleatório, já que o relógio foi programado para tocar naquela determinada hora. Todavia, uma tempestade acontecer com forte intensidade no domingo que vem é um acontecimento futuro e aleatório, já que não pode ser previsto com exatidão até que aconteça.

O seguro aceita apenas os eventos aleatórios. Tudo o que é certo não pode ser segurado. Alguém poderia perguntar, então, como fica o seguro de vida, já que a morte é certa. A morte é certa, mas o momento em que acontece é incerto, daí a sua aleatoriedade e a possibilidade da contratação dos seguros de vida.

Na maioria dos outros ramos de seguros a aleatoriedade é absoluta. Não se tem a certeza de que alguma coisa irá acontecer e muito menos quando irá acontecer. É o caso de um acidente de automóvel envolvendo um motorista habilitado, cuidadoso, respeitador da legislação aplicável. Em princípio, não há nada que indique que sua forma de dirigir leve a um acidente, mas não há nada que garanta que um terceiro não possa colidir com ele, ou mesmo que, num momento de distração, ele não cause um acidente.

O seguro existe para indenizar este tipo de prejuízo, decorrente de eventos imprevisíveis, se não quanto à ocorrência, pelo menos quanto ao momento. É isto que a seguradora garante ao vender suas apólices.

Com base na lei dos grandes números e em tabelas atuariais cada dia mais exatas, as seguradoras sabem com bastante certeza, muito antes de venderem suas apólices, qual deve ser o comportamento médio de suas carteiras. Como a maior parte dos segurados não sofrerá sinistro no prazo de vigência de suas apólices, a seguradora pode, matematicamente, comercializá-las por um

preço muito menor do que o valor das indenizações. Quer dizer, o preço do seguro não tem segredo, é simples aplicação de regras matemáticas, levando em conta a sinistralidade esperada e os demais custos necessários para o funcionamento da seguradora, incluído o percentual de lucro a ser distribuído aos acionistas.

Em função de políticas mercadológicas, de estratégias comerciais, ações para ocupar espaço ou outros movimentos empresariais, os seguros podem apresentar sofisticações como variação de preço em função do perfil do segurado ou do tipo do bem, mas, na essência, o que prevalece é o desenho acima.

Daí ser fundamental para o segurado saber antecipadamente o que ele está comprando, quais as coberturas, exclusões, riscos não cobertos e perdas de direito previstos pela apólice.

O fato de alguém comprar um seguro de incêndio não significa que todo e qualquer incêndio que atinja o objeto segurado estará coberto.

É a aplicação prática da velha piada que diz que Juca e Chico queriam comer amoras, por isso foram ao mato colher amoras. Mas, apesar de subirem numa árvore, eles não comeram amoras. Juca e Chico subiram num eucalipto.

Com seguro é a mesma coisa. O segurado receberá sua indenização se o seguro que ele contratar tiver previsão para aquele tipo de situação.

Fonte: SindsegSP, em 23.02.2018.