

Evento ocorreu em 9 de setembro, transmitido pela plataforma Zoom

Com o objetivo de debater os impactos e as reações dos mercados de seguro latino-americanos à pandemia do novo coronavírus, a sétima edição do CNseg Webinars, realizado em 9 de setembro, contou com a participação dos presidentes da Federação Interamericana de Empresas de Seguros (FIDES) e tesoureiro da Associação Panamenha de Seguradoras, Luis Enrique Bandera; da Federação Global de Associações de Seguro (GFIA) e Associação Mexicana de Seguradoras, Recaredo Arias; da Associação Peruana de Seguradoras (APESEG), Eduardo Morón Pastor; da Federação de Seguradores Colombianos (FASECOLDA), Miguel Gómez Martínez; com o Vice-Presidente Executivo da Associação de Seguradores do Chile A.G (AACH), Jorge Claude, e com o Presidente da CNseg e Diretor-Presidente da Fenaseg, Marcio Coriolano, que também atuou como moderador do encontro.

Em 2019, lembrou Coriolano, o mercado de seguros na América Latina arrecadou US\$ 174 bilhões em prêmios, o que corresponde a apenas 2,5% do mercado mundial, evidenciando seu potencial de crescimento. O Brasil, por sua vez, representa 47% do mercado latino-americano.

O impacto no setor e os segmentos mais atingidos

Logo no início do webinar ficou evidente que o seguro de automóvel foi um dos segmentos mais atingidos pela pandemia em toda a América Latina, devido às restrições de circulação, que também comprometeram a venda de carros. Na Colômbia, afirmou Eduardo Pastor, essa queda foi de 13%. “Nos últimos seis meses, abasteci apenas uma vez o meu carro”, afirmou ele, para ilustrar a situação em seu país. No Brasil, lembrou Coriolano, apesar da forte queda desse seguro em um primeiro momento da crise, já se nota a volta do crescimento dos financiamentos de automóveis, mas com uma maior participação dos carros usados no mix, o que atribui à proteção do veículo em tempos de contágio.

Outro seguro fortemente impactado foi o de vida, citado pelos representantes de Chile, Colômbia e México, que alegaram, entre outras razões para tal, a dificuldade no registro de óbitos devido ao fechamento dos cartórios. Além disso, também foram citados os impactos no seguro de crédito, no Chile, e nos seguros para aluguel de imóveis e para grandes obras, na Colômbia.

No México, afirmou Recaredo Arias, houve contração de 1,7% no volume total de prêmios e a estimativa é que o custo das indenizações relacionadas à pandemia chegue a US\$ 400 milhões. Segundo Eduardo Pastor, o setor segurador peruano deve ter uma contração de 6 a 7% em 2020 e, no Chile, o volume de prêmios deve cair entre 1 e 1,1%, de acordo com Miguel Martínez.

Como reagiu o regulador e o governo?

Questionados sobre a atuação dos órgãos reguladores durante a pandemia, os participantes afirmaram, de um modo geral, que foi positiva, flexibilizando as normas e fazendo avançar a regulação. No Chile, afirmou Jorge Claude, as exigências para a venda online e as regras de investimento foram flexibilizadas à semelhança do ocorrido na Colômbia, segundo Eduardo Pastor. No Brasil, afirmou o Presidente da CNseg, os reguladores também têm atuado com muita cautela, “apesar da grande pressão sobre o setor”.

Entretanto, um problema relatado por muitos foi o da “criatividade parlamentar, que busca fazer caridade com o chapéu alheio”, como disse Jorge Claude. Segundo Luis Enrique Bandera, os governos da região agiram com um “grau de populismo perigoso”, aprovando leis e normas que desconsideram os impactos financeiros na indústria de seguros. “Muitos projetos de lei foram mal concebidos e com muitos erros, fazendo as seguradoras terem um grande trabalho de representação”, complementou Miguel Martínez, afirmando, ainda, que na Colômbia houve um “tsunami legislativo”, com o surgimento de cerca de 100 projetos de lei que afetam de forma direta ou indireta o setor.

E se Martínez já considerava esse número muito elevado, deve ter ficado muito surpreso com os 1.300 citados pelo peruano Eduardo Pastor e com os mais de 3.200 projetos de lei que tramitam no Congresso brasileiro tratando de seguros, como informou Marcio Coriolano, concluindo: “Em todos os países, houve formidável pressão dos parlamentos e judiciários para atropelar os fundamentos mais básicos do seguro para atender a demandas de caráter populista”. Entretanto, segundo ele, as declarações feitas pela FIDES e pela GFIA explicando as limitações do seguro foram de fundamental importância para ajudar o setor segurador brasileiro a “frear um pouco a onda de projetos de lei”.

Ações positivas do setor em prol da sociedade

Outro tema que entrou no debate foram as ações do setor em prol da sociedade. De acordo com o Presidente da GFIA, baseado em pesquisa feita junto aos países membros da Associação, as que mais se destacaram foram as doações para o fortalecimento das infraestruturas hospitalares e a oferta de seguro de vida gratuito para profissionais de saúde que, somente no Chile, alcançou 150 mil pessoas.

Outro procedimento muito comum relatado foi o de cobertura de sinistros relacionados à pandemia, mesmo quando não previstos em contrato, principalmente nos seguros de vida e de saúde.

O que fica dessa pandemia?

Questionados sobre os impactos de longo prazo dessa pandemia, Luis Bandera afirmou que ela rompeu com os sistemas tradicionais de trabalho e com os modelos educacionais, “nos impulsionando em direção a um acelerado processo de digitalização que veio para ficar”, mudando radicalmente a forma com que as pessoas fazem negócios e se relacionam. Concordando com a afirmação do colega, Recaredo Arias afirmou: “É preciso entender que é a tecnologia que agora dita as regras do jogo” e que as mudanças nos próximos sete anos serão maiores que as dos últimos 100 anos. “As empresas de seguro devem estar à frente dessas mudanças no setor para não serem ultrapassadas pelas empresas de tecnologia”, concluiu.

Miguel Martínez, por sua vez, disse identificar uma preocupação, dentro das seguradoras, relacionada ao marketing. “Tradicionalmente, a venda de seguros sempre foi feita cara a cara e as empresas ainda estão assimilando as melhores formas de capacitar suas equipes para a comercialização pelos canais digitais”. Esse fortalecimento dos canais digitais, entretanto, lembrou ele, tem ainda outras consequências, como o aumento da vulnerabilidade de empresas aos ataques cibernéticos, mas “as pessoas têm consciência disso”.

Concluindo, Marcio Coriolano afirmou que, de uma forma geral, os consumidores aumentaram sua aversão ao risco, o que “só faz aumentar nossa responsabilidade para oferecer-lhes produtos e soluções adequados aos novos tempos”.

[Confira aqui](#) a íntegra do webinar.

Fonte: CNseg, em 10.09.2020