



Liberdade Econômica: seguradoras precisam ousar

Lei que reduz a burocracia nas atividades econômicas pode favorecer o desenvolvimento do seguro

Com a promessa de reduzir a burocracia nas atividades econômicas, a Lei da Liberdade Econômica (Lei nº 13.874/2019), em vigor desde o ano passado, tem o objetivo de promover a livre iniciativa, impondo limites à regulação estatal. No seguro, esta lei pode estimular as seguradoras a operarem livremente, estabelecendo as bases contratuais que melhor atendam aos interesses de seus clientes. “As seguradoras devem ter liberdade de atuação, assim como acontece em todos os mercados do mundo, especialmente nos países desenvolvidos”, diz o advogado, árbitro e consultor Walter Polido, da Polido e Carvalho Consultoria.

Uma das novidades da Lei da Liberdade Econômica é a criação da figu-

ra do “abuso regulatório”, que ocorre quando a administração pública comete uma infração ao editar uma norma que pode afetar a exploração de determinada atividade econômica.



Walter Polido, da Polido e Carvalho Consultoria

No âmbito do seguro, Polido identifica esse abuso na hipótese de o órgão regulador continuar a determinar, por exemplo, que a seguradora registre apenas um produto por ramo e composto por diversas condições (gerais + especiais + particulares + condições específicas).

Para o consultor, a multiplicidade de ofertas sempre é melhor do que o modelo único, aplicável a todos. “Não existe clausulado padrão e único que se adapte, perfeitamente, a todo e qualquer risco. O modelo estanque determinado pelo Estado não significa, necessariamente, que os segurados estão protegidos”, diz. Ele cita o exemplo de mercados maduros de outros países, onde seria inimaginável, a seu ver, a determinação de cláusulas padroni-

zadas. Em mercados mais próximos e menos desenvolvidos, como da Colômbia as seguradoras elaboram livremente seus clausulados.

Embora o Decreto Lei 73/66 confira ao órgão regulador o poder de interferir na atividade seguradora, Polido observa que este instrumento está ultrapassado. “Não cabe mais ao Estado, precisamente à Susep, assumir essa atividade, a qual não é de sua competência original, em que pese o DL-73/66, artigo 36 ‘c’, carcomido pelo tempo. O mercado de seguros precisa oferecer resposta eficaz às determinações contidas na Lei 13.874/19”, diz.

OUSADIA

Na visão do consultor, os produtos padronizados limitam a criatividade. “Tudo é muito estanque e dentro de parâmetros limitados de uma tela do computador, sem possibilidades de expansão”, diz. Ele afirma que uma das consequências desse status quo é a judicialização. “Produtos de seguros mal concebidos e mal elaborados, com comercialização e processo de aceitação deficitários, não podem dar bons resultados”, diz.

Um dos produtos com maior volume de prêmios, o seguro automóvel, é um exemplo de padronização na maioria das seguradoras, que reproduzem, inclusive, as deficiências técnicas. Polido cita como exemplos a exclusão da cobertura quando o veículo estiver sendo operado em locais de serviços, mesmo que a finalidade dele seja essa; a não transparência da cobertura para os danos provenientes de eventos da natureza; sistema de bonificação do prêmio em razão da experiência ligada ao veículo e não ao condutor; sistema de

“reembolso” para a garantia de RC Veículos, a qual mutila no conceito a garantia de indenidade para o segurado, dentre outros.

Como o mercado de seguros poderia inovar? A resposta do consultor é: com ousadia. Ele destaca que qualquer atividade econômica traz com ela certa dose de ousadia e não seria diferente na seguradora. “Sem ousadia o mundo não evolui, os processos não modificam. As seguradoras precisam ousar no sentido de saírem do lugar comum no qual elas se encontram há décadas”, diz. Um exemplo, segundo Polido, seria a oferta da cobertura de RC Auto para os condutores de veículos, sem vínculo algum a determinado automóvel e em razão das inovações no sistema de mobilidade urbana.

Com o aperfeiçoamento técnico dos clausulados e das bases de comercialização e de subscrição praticadas no país, Polido acredita que seria possível reduzir as inconsistências técnico-jurídicas, que também ocorrem em outros ramos de seguros, evitando a judicialização. “Então, é preciso ousar sim, pois que já passamos do tempo.

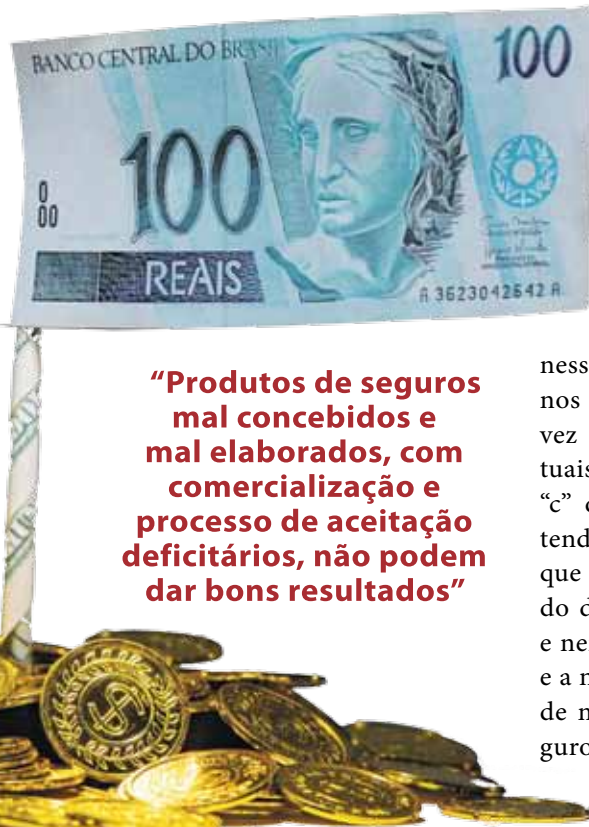
O tempo é outro, os interesses, exigências e necessidades também. Mãos à obra”, diz, referindo-se às seguradoras. Mas não apenas as empresas devem romper a inércia. Para ele, os corretores terão papel preponderante na mudança de comportamento, a partir da liberdade de atuação prevista na lei.

Os segurados, por sua vez, também precisam fazer a sua parte. “Eles não devem mais aceitar produtos padronizados como condição única e(ou) a multiplicidade de ‘condições particulares’ que ‘tentam’ fechar o circuito de coberturas para riscos complexos, quando bastaria um texto único, ‘all risks’ e cientificamente redigido”, afirma. Já as entidades do setor, que estudam e desenvolvem a cultura do seguro no país, a seu ver, têm a obrigação de propagar a boa nova, exigindo novo patamar de atuação profissional.

NOVA SUSEP

Apesar de crítico contumaz da interferência da Susep na atividade seguradora, Polido reconhece que a nova administração da autarquia tem viés liberal. Ele confessa que tem apreciado as medidas e espera mais. Lembrou-se que não via movimento modernizante na Susep desde os anos 80, quando o então superintendente João Régis dos Santos liberou as tarifas de automóvel, causando conflitos e perplexidade ao mercado.

“A atual superintendente tem a grande missão de prosseguir nessa linha, resgatando a ação iniciada nos anos 1980 e agora fulminando de vez a parte relativa “às bases contratuais” contidas no referido artigo 36, “c” do DL-73/66”, diz. Se a superintendente assim o fizer, Polido acredita que ela marcará a história do mercado de seguro, assim como João Régis e nenhum outro depois. “Que a Susep e a nova direção continuem inovando, de modo a colocar o mercado de seguros no século XXI, desprendendo-o do passado no qual ainda se encontra”.



“Produtos de seguros mal concebidos e mal elaborados, com comercialização e processo de aceitação deficitários, não podem dar bons resultados”