PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS
FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO - FIA

ROBSON PETERSEN DO AMARAL

O FUTURO DO SETOR DE SEGUROS BRASILEIRO EM 2030: UMA VISÃO PROSPECTIVA SOB O ÂMBITO COMPETITIVO, DE CONSUMO E TECNOLÓGICO

São Paulo
2019

ROBSON PETERSEN DO AMARAL

O FUTURO DO SETOR DE SEGUROS BRASILEIRO EM 2030: UMA VISÃO PROSPECTIVA SOB O ÂMBITO COMPETITIVO, DE CONSUMO E TECNOLÓGICO

Dissertação para o Programa de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios apresentada à Faculdade FIA-Fundação Instituto de Administração para obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios sob a orientação do Prof. Dr. Rodolfo Leandro de Faria Olivo.

São Paulo

2019

Ficha Catalográfica Elaborada pelo Bibliotecário Chefe
Kleber Zornoff Manrubia CRB-8 /7561

Amaral, Robson Petersen do.
O futuro do setor de seguros brasileiro em 2030: uma visão prospectiva sob o âmbito competitivo, de consumo e tecnológico. / Robson Pertersen do Amaral. São Paulo, [s.n.]: 2019.
125 f.: il., tab.

Orientador: Prof. Dr. Rodolfo Leandro de Faria Olivo.
Área de concentração: Administração.
Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Negócios) – Faculdade FIA de Administração e Negócios, Programa de Pós-Graduação em Stricto Sensu, 2019.

1. Seguros. 2. Estudos prospectivos. 3. Insurtechs. 4. Indústria de seguros - Novos produtos - Brasil. 5. Inovações tecnológicas – Indústria de seguros - Brasil. I Olivo, Rodolfo Leandro de Faria. II. Mestrado Profissional. III. Faculdade FIA de Administração e Negócios. IV. Fundação Instituto de Administração.

ROBSON PETERSEN DO AMARAL

O FUTURO DO SETOR DE SEGUROS BRASILEIRO EM 2030: UMA VISÃO PROSPECTIVA SOB O ÂMBITO COMPETITIVO, DE CONSUMO E TECNOLÓGICO

Dissertação para o Programa de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios apresentada à Faculdade FIA-Fundação Instituto de Administração para obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios sob a orientação do Prof. Dr. Rodolfo Leandro de Faria Olivo.

Aprovado em: ____ de _____ de 2019.

Banca examinadora:

_____

Prof. Dr. Rodolfo Leandro de Faria Olivo (orientador) – FFIA

_____

Profª. Dra. Renata Giovinazzo Spers – FFIA

_____

Prof. Dr. Leandro José Morilhas - USP

Aos meus pais, Sr. Amaral e Dona Terezinha, que sempre me apoiaram em todos os momentos. A minha família, de sangue ou não, pois sempre são o porto seguro dos mares da vida, ao Tico e ao Teco que sempre me ensinaram o valor dos momentos de lazer.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Professor Dr. Rodolfo Leandro de Faria Olivo, pelos incansáveis ensinamentos e orientações, sendo recurso decisivo na realização desta dissertação.

A todos os professores do MPGN – Mestrado Profissional em Gestão de Negócios da FIA, pela inestimável dedicação e contribuições durante todo o curso da pesquisa.

Aos colegas da turma IV do MPGN da FIA pelos inestimáveis momentos de descontração, apoio mútuo e coleguismo quando por diversas vezes foram o suporte nesta jornada.

Especial agradecimento para Karini Teixeira Rezende Madeira, Superintendente de Acompanhamento Técnico da CNSEG, cujo apoio no momento da pesquisa entre as comissões temáticas, foi decisivo e crucial para elaboração do trabalho.

Aos respondentes dos questionários de pesquisa, por terem dedicado parte do seu tempo para compartilhar suas experiências e opiniões.

À Travelers Seguros Brasil, por flexibilizar minha jornada e desta forma permitir a compatibilidade entre a minha agenda acadêmica e profissional.

Por fim, aos meus familiares e amigos, por terem apoiado meus estudos e compreenderem minha presença menos constante durante estes dois anos de jornada.

“Navegar pelas águas do futuro significa estar preparado para agir em qualquer estação (...). Significa aprender a reconhecer os ritmos da mudança à nossa frente sem negá-los, e praticar nossas reações aos novos acontecimentos antes que eles nos atropelem.”

Peter Schwartz

RESUMO

Mesmo sendo a maior economia e o maior mercado de seguros da América Latina, o consumo per capita de seguros, das famílias Brasileiras, ainda está aquém de outros países latino americanos, tais como Chile, Uruguai e Panamá, o que sinaliza um potencial de crescimento para o Brasil.

Soma-se a este contexto, a quarta revolução industrial, revolução de cunho tecnológico que todas as principais indústrias estão vivenciando. No âmbito de seguros, as *Fintechs* e as *Insurtechs*, estão revolucionando a forma como as pessoas contratam serviços financeiros, novos entrantes surgem a cada dia e assim como ocorreu em outras indústrias, espera-se o surgimento de uma disrupção que remodele a indústria securitária.

A sociedade vive uma nova realidade, facilitado pela revolução tecnológica a era do compartilhamento se faz cada vez mais presente remodelando a maneira como as pessoas e as empresas fazem negócios e gerenciam os seus riscos. As novas gerações trazem consigo seus valores e que em muitos aspectos são diferentes dos padrões já estabelecidos.

Para fazer frente a estas e outras questões, este estudo se propõe a construir uma visão prospectiva das principais tendências da indústria de seguros até o ano de 2030, sob o âmbito competitivo, de consumo e tecnológico para a indústria de seguros. Para que sejam respondidas estas perguntas, foram consultados especialistas do setor e através de métodos prospectivos foi traçada a visão das principais tendências até o ano de 2030 a que este estudo de propõe.

Palavras Chave: Seguros, Estudos Prospectivos, Insurtechs e Novas Tecnologias.

ABSTRACT

Even though Brazil has the largest economy and the largest Insurance Market in Latin America, the per capita consumption of insurance in Brazil is still lower than other Latin America countries, such as Chile, Uruguay and Panama, which indicates a potential growth of the Brazilian insurance market.

In addition, the world is going through the fourth industrial revolution, i.e. the technological revolution that all the major industries are experiencing. In relation to the Insurance Market, the Fintechs and Insurtechs are revolutionizing the way people buy financial services, new companies emerge every day and it is expected that this disruption reshape financial industries, just like occurred in other industries.

The society lives a new reality because of the technological revolution: the era of quick communication and information sharing by social media, which is reshaping the way that people and companies do business and manage their risks. The new generations have their own values and in many ways they are different from the established standards.

With the goal of helping to meet the challenge of this transition period, this study aims to build a prospective view of the main trends for the insurance market in 2030, from the points of view of competitiveness, consumption and technological advance. For these questions to be answered, experts from the insurance market were consulted and, through prospective methods, the main trends for the insurance market in 2030 were identified.

Keywords: Insurance, Prospective Study, Insurtechs and New Technologies.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Os três níveis da análise. 28
Figura 2 - Sequência de execução da pesquisa Delphi. 66
Figura 3 - Nuvem de palavras campo comentários. 72
Figura 4 - Nuvem de palavras do campo comentário – Pergunta Disrupção. 75
Figura 5 - Nuvem de palavras do campo comentário – Novas Gerações. 78

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Arrecadação per capita em R$ por segmento vs. Variação do PIB. 48

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Resumo da Dissertação 25
Quadro 2 - Fases para execução da construção de cenários.....36
Quadro 3 - Principais metodologias e técnicas utilizas em estudos prospectivos. 36
Quadro 4 - Sistema Nacional de Seguros Privados.....40
Quadro 5 - Representação Institucional do Mercado Segurador 43
Quadro 6 - Principais Atores Econômicos do Mercado Segurador Brasileiro. 44
Quadro 7 - Associações e Supervisoras de Seguros Gerais. 46
Quadro 8 - Principais Insurtechs do Brasil. 58
Quadro 9 - Principais Insurtechs nas Américas. 59
Quadro 10 - Resumo da metodologia. 64
Quadro 11 - Sexo. 67
Quadro 12 - Faixa etária. 68
Quadro 13 - Empresa de Atuação. 68
Quadro 14 - Cargo por Sexo. 69
Quadro 15 - Ramo de Atuação. 69
Quadro 16 - Tecnologias mais relevantes para a Indústria de Seguros. 70
Quadro 17- Nível de concordância sobre o aumento das Insurtechs. 73
Quadro 18 - Disrupção na Indústria de Seguros. 73
Quadro 19 - Forma de se vender seguros. 76
Quadro 20 - Novas Gerações. 77
Quadro 21- Novos Produtos. 78
Quadro 22 - Percepção de risco pelas pessoas físicas e jurídicas. 80
Quadro 23 - Participação do PIB e consumo das classes C, D e E. 81
Quadro 24 - Concentração das seguradoras e das corretoras de seguros. 82
Quadro 25 - Participação das multinacionais em seguros. 83
Quadro 26 - Fraudes. 86
Quadro 27 - Novos Produtos. 87
Quadro 28 - Reformulação dos Produtos. 88
Quadro 29 - Áreas mais impactadas 91
Quadro 30 – Lista de recomendações 98

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Arrecadação per capita em R$ - por segmento. 21
Tabela 2 - Ranking de Participação do Setor de Seguros no PIB - 2017. 47
Tabela 3 - Crescimento Nominal (em R$ bilhões) de arrecadação no Brasil por segmento entre os anos 2013 e 2017. 49
Tabela 4 - Percentual de Variação por Região. 49
Tabela 5 - Concentração de Arrecadação (Prêmios Diretos). 50
Tabela 6 - Variação da despesa de comercialização por tipo de empresa. 51
Tabela 7 - Composição do volume de prêmios gerados pelas corretoras. 51

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AI	*Artificial Intelligence*
ANS	Agência Nacional de Saúde Suplementar
ASSAL	Associação de Supervisores de Seguros da América Latina
Capes	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CNseg	Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização
CNSP	Conselho Nacional de Seguros Privados
CVM	Comissão de Valores Imobiliários
DPVAT	Seguro de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Vias Terrestres
Ebsco	*Elton Bryson Stephens Company*
EIOPA	*European Insurance and Occupational Pensions Authority*
Fenaber	Federação Nacional das Empresas de Resseguros
Fenacap	Federação Nacional de Capitalização
Fenacor	Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros
Fenaprevi	Federação Nacional de Previdência Privada e Vida
Fenasaúde	Federação Nacional de Saúde Suplementar
Fenaseg	Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados
Fenseg	Federação Nacional de Seguros Gerais
Funenseg	Fundação Escola Nacional de Seguros
IAIS	*Internacional Association of Insurance Supervisiors*
III	*Institute Insurance Information*
IoT	*Internet of Things*
IRB	Instituto de Resseguros do Brasil
NAIC	*National Association of Insurance Commissioners*
OECD	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OMS	Organização Mundial da Saúde
P2P	*Peer-to-Peer*

PAC	Programa de Aceleração do Crescimento
Susep	Superintendência de Seguros Privados
USP	Universidade de São Paulo
Vants	Veículos Aéreos Não Tripulados
VR	*Virtual Reality*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 20

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO 20
1.2 PROBLEMA DA PESQUISA 22
1.3 OBJETIVO DO TRABALHO 22
1.4 DELIMITAÇÃO DO ESCOPO DO ESTUDO 22
1.5 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO 23
1.6 ORGANIZAÇÃO DA ESTRUTURA DOS CAPÍTULOS 24

2 REFERENCIAL TEÓRICO 27

2.1 FUNDAMENTOS DA ESTRATÉGIA 27
2.1.1 Análise Setorial e as cinco Forças Competitivas 29
2.1.1.1 Novos Entrantes 29
2.1.1.2 Produtos Substitutos 30
2.1.1.3 Poder dos Fornecedores 30
2.1.1.4 Poder dos Concorrentes 31
2.1.1.5 Poder dos Compradores 31
2.1.2 Análise do macroambiente (PESTEL) 32
2.1.2.1 Político 32
2.1.2.2 Econômico 33
2.1.2.3 Social 33
2.1.2.4 Tecnológico 33
2.1.2.5 Ambiental 34
2.1.2.6 Legal 34
2.2. O ESTUDO DO FUTURO 35
2.2.1 Instrumentos para a construção de cenários prospectivos 35
3. A INDÚSTRIA DE SEGUROS 38
3.1 A importância da Indústria 38
3.2 Os Principais Atores Econômicos e o Ambiente Regulatório 39
3.2.1 Os Principais Atores Econômicos e o Ambiente Regulatório Nacional 39

3.2.2 Os Principais Atores Econômicos e o Ambiente Regulatório no Âmbito Internacional 45
3.2.3 Arrecadações (Ambiente de Consumo) 46
3.2.4 Índice de Concentração do Mercado (Ambiente Competitivo) 50
3.2.5 Comercialização e Corretores 50
3.3 Insurtechs e Novas Tecnologias (Ambiente Tecnológico) 51
3.3.1 Inteligência Artificial (AI) 53
3.3.2 Big Data e Dados nas Nuvens 53
3.3.3 Internet das Coisas (IoT) 54
3.3.4 Blockchain 54
3.3.5 Experiências Imersivas (Realidade Virtual e Realidade Aumentada) 55
3.3.6 Drones 56
3.3.7 Smartphones 56
3.3.8 Redes Sociais 57
4 MÉTODO E NATUREZA DE PESQUISA 60
4.1. Enfoque da Pesquisa 60
4.2. Descrição das Etapas da Pesquisa 61
4.2.1 Etapa Número 01 – Pesquisa Bibliográfica e em Dados Secundários 61
4.2.2 Etapa Número 02 – Primeira Rodada - Pesquisa junto aos Especialistas do Setor 61
4.2.2.1 – Unidade de Análise 62
4.2.2.2 – Coleta de Dados 63
4.2.3 Etapa Número 03 – Segunda Rodada - Pesquisa junto aos Especialistas do Setor 63
4.2.3.1 – Unidade de Análise 64
4.2.3.2 – Coleta de Dados 64
4.3 Quadro resumo da metodologia 64
5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS 67
5.1. Perfil demográfico dos respondentes 67
5.1.1 Sexo dos respondentes 67
5.1.2 Faixa etária dos respondentes 67

5.1.3 Empresa de Atuação **.....68**
5.1.4 Cargo 69
5.1.5 Ramo de Atuação**.....69**
5.2. ANÁLISE DOS RESULTADOS – PESTEL E 5 FORÇAS.....70
5.2.1 Análise do Ambiente Tecnológico – Novas Tecnologias.....70
5.2.2 Análise do Ambiente Tecnológico – Insurtechs (Poder de Barganha dos Compradores, Ambiente Tecnológico e Novos Entrantes).....72
5.2.3 Disrupção (Poder da Barganha dos Compradores, Ambiente Tecnológico e Novos Entrantes). 73
5.2.4 Produto substituto (Poder da Barganha dos Compradores, Ambiente Tecnológico e Produto Substituto) 75
5.2.5 Simplificação da Forma de se vender seguros para pessoas físicas e Jurídicas - Poder de Barganha dos Compradores e âmbito social. 75
5.2.6 Forma de relacionamento das novas gerações com a Indústria de Seguros – Poder de Barganha dos Compradores e âmbito social.**.....76**
5.2.7 Novos produtos na Indústria de Seguros – Poder de barganha dos compradores e âmbito social.....78
5.2.8 Percepção de risco – Poder de barganha dos compradores e âmbito social...79
5.2.9 Poder de barganha dos compradores e âmbito social.....80
5.2.10 Aumento do consumo de seguros - âmbito econômico. 81
5.2.11 Concentração das corretoras de seguros e seguradoras - força da concorrência, força do consumidor e âmbito econômico. 82
5.2.12 Participação das Multinacionais - força da concorrência, novos entrantes e âmbito econômico. 83
5.2.13 Novas Empresas de Seguros - força da concorrência, novos entrantes e âmbito econômico. 84
5.2.14 Fornecedores da Indústria - força da fornecedores 85
5.2.15 Fraudes - Âmbito Legal. 86
5.2.16 Novos Produtos - Âmbito legal e força dos compradores. 87
5.2.17 Reformulação de produtos atuais - Âmbito legal e força dos compradores..88
5.2.18 Lei de Proteção de Dados Pessoais - Âmbito Legal. 89
5.2.19 Âmbito Político.....90

5.2.20 Áreas operacionais mais impactadas. 90
5.2.21 Percepção Geral 92
6 CONCLUSÕES 93
6.1 O AMBIENTE TECNOLÓGICO 93
6.2 O AMBIENTE SOCIAL 94
6.3 O AMBIENTE LEGAL 94
6.4 O AMBIENTE POLÍTICO 95
6.5 O AMBIENTE 95
6.6 O AMBIENTE ECONÔMICO 95
6.7 O PODER DOS COMPRADORES 96
6.8 O PODER DOS CONCORRENTES 96
6.9 O PODER DOS FORNECEDORES 97
6.10 OS SUBSTITUTOS 97
6.11 NOVOS ENTRANTES 97
6.12 RECOMENDAÇÕES 98
6.13 LIMITAÇÕES 99
6.14 SUGESTÃO DE PESQUISAS FUTURAS 100
REFERÊNCIAS 101
APÊNDICE 01 109
APÊNDICE 02 116

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

O DNA da indústria de seguros é a proteção e o gerenciamento de riscos de terceiros, a atividade securitária tem mais de 200 anos no Brasil, com o intuito de fornecer seguros marítimos, em 1808, estabeleceu-se a primeira seguradora, ainda sob o Império Português, a Companhia de Seguros Boa-Fé. Porém, somente com o advento do código comercial brasileiro (Lei nº 556, de 25 de junho de 1850), é que o seguro foi regulado e estudado em todos os aspectos.

Sendo uma atividade consolidada há séculos, com um forte componente globalizado principalmente devido a atividade marítima, já em 1862, as multinacionais de seguros se interessaram pelo país e começaram a estabelecer suas primeiras sucursais em território brasileiro. Como estas multinacionais transferiam recursos técnicos para os seus países de origem, o que caracterizava evasão de divisas, em 05 de setembro de 1895, a Lei nº 294, determinou que as reservas técnicas fossem constituídas e tivessem seus recursos aplicados no Brasil (SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS, 2017).

Devido à importância social e relevância para a resiliência da economia, segundo a Superintendência de Seguros Privados, 2017, com a promulgação da constituição de 1934 (Estado Novo), inicia-se um novo capítulo na história do seguro, pois foi estabelecido o “Princípio de Nacionalização do Seguro”, criando desta forma os seguros obrigatórios de incêndio e transportes para comerciantes, industriais e concessionárias de serviços.

Em consonância com a constituição de 1934 e sendo o resseguro um importante instrumento de transferência do risco não suportado isoladamente pela seguradora, com a criação do Instituto de Resseguros do Brasil (IRB), em 1939, toda a atividade de resseguros passa a ser monopólio do Estado, condição esta que perdurou até 2008 (DELOITTE, 2011).

Durante as décadas seguintes, principalmente anos 1970 e 1980, o cenário da indústria de seguros quase não se alterou, onde caracterizou-se, forte presença do estado, monopólio do resseguro e a ausência da entrada de empresas estrangeiras. Cenário este marcado também pelo contexto macroeconômico, como alta inflação e juros elevados, onde a população priorizava atividades econômicas de cunho imediato.

Após duas décadas de estagnação, em 1996, finalmente o Brasil passou por uma nova abertura econômica, iniciou-se a permissão da entrada de Grupos estrangeiros controlando empresas locais (DELOITTE, 2011).

Já no ano de 2010, o Brasil encerrou uma década de expansão do crédito e inclusão social, ampliando o mercado interno e abrindo novas perspectivas a todo o mercado segurador (DELOITTE, 2011).

Em 2011, com o lançamento do PAC 2 (Programa de Aceleração do Crescimento 2), Copa do Mundo em 2014 e Olimpíadas de 2016, todo o sistema de seguros e resseguros é novamente impulsionado pelo volume e valor das obras de infraestrutura. Fatores estes que nos trazem ao atual cenário econômico da indústria de seguros.

Com base nos fatores macroeconômicos fundamentais para o suporte da atividade securitária, a arrecadação per capita no Brasil cresceu 42% entre os anos de 2013 e 2017, sendo que, conforme a CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, PREVIDÊNCIA PRIVADA E VIDA, SAÚDE COMPLEMENTAR E CAPITALIZAÇÃO (2018b), o maior incremento ocorreu nos ramos de saúde suplementar (59%) e o menor acréscimo ocorreu no ramo de capitalização (4,3%), conforme demonstra a tabela 1.

Tabela 1 - Arrecadação per capita em R$ - por segmento.

Segmento	2013	2014	2015	2016	2017
Ramos Elementares	300,10	321,00	335,20	336,50	340,00
Cobertura de Pessoas - Planos de risco	141,70	151,10	159,90	164,30	182,10
Cobertura de Pessoas - Planos de acumulaçã	352,40	396,30	468,00	554,90	565,10
Capitalização	104,00	107,50	104,90	102,00	99,60
Saúde Suplementar	548,10	631,40	711,30	793,60	872,40
Mercado Segurador	1.446,30	1.607,30	1.779,30	1.951,30	2.059,30

Fonte: CNseg (2018b).

Segundo a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Complementar e Capitalização (2018b), em 2017 o mercado de seguros arrecadou R$247,2 bilhões em Seguros Gerais, Previdência, Vida e Capitalização e R$181,7 bilhões em Saúde, totalizando R$428,9 bilhões de arrecadação. Este volume de prêmios (arrecadação) é 47% maior do que o mercado segurador em 2013, quando foram

arrecadados R$291,8 bilhões. O maior incremento, 64%, foi observado no segmento de Saúde Suplementar.

1.2 Problema da Pesquisa

Dada a atual realidade de crescimento em volume financeiro e a penetração de mercado da indústria de seguros, este estudo pretende preencher uma importante lacuna respondendo a seguinte questão:

Quais são as tendências para a indústria de seguros brasileira em 2030?

1.3 Objetivo do Trabalho

Objetivo Geral deste estudo é identificar tendências futuras para a indústria de seguros brasileira em um período de 11 anos (2030), considerando três macros dimensões: o ambiente competitivo, o de consumo e o tecnológico.

Como objetivos específicos, busca-se:

a) Identificar as tendências do ambiente tecnológico, social, legal, político, ambiental e econômico em 2030;
b) Identificar as tendências do poder dos compradores, concorrentes, fornecedores, substitutos e novos entrantes na indústria de seguros brasileira em 2030;
c) Estruturar uma lista de recomendações para o auxílio na tomada de decisões das empresas da indústria de seguros (seguradoras, corretoras, resseguradoras e prestadores de serviços), considerando as tendências para 2030, sob o ponto de vista competitivo, consumo e tecnológico;

1.4 Delimitação do Escopo do Estudo

Este trabalho não tratará dos seguintes aspectos relacionados à construção de tendências:

Eventos normalmente não cobertos em apólices de seguros:

- Cenários de conflitos entre países, guerras ou sanções econômicas;
- Revoluções, confiscos, convulsões e comoções sociais;

- Pestes ou pandemias ainda não identificadas pela OMS (Organização Mundial da Saúde);
- Confiscos e choques econômicos;

1. Seguros de cunho social, os quais não estão sob gestão direta da iniciativa privada:

- Seguros Sociais, tais como, DPVAT (Seguro de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Vias Terrestres) e Previdência Social.

1.5 Justificativa do Estudo

Em 2016, no Brasil, foram segurados 15,5 milhões de automóveis, 10 milhões de residências e 47,2 milhões de pessoas eram beneficiárias de planos de seguro de vida coletivo. Ademais, 57,7 milhões de hectares foram segurados na subvenção do seguro agrícola e existiam 15,6 milhões de planos de previdência privada (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, 2016b).

Conforme a Confederação Nacional de Empresas de Seguros Gerais (2016b), em 2016 o país contava com 91 milhões de veículos em circulação, e o censo 2010 indicava para 57 milhões de moradias no Brasil. Isto demonstra que, apenas vinte por cento da população brasileira acessa a serviços básicos de seguros, tais como de automóveis ou residencial.

Ainda segundo a Confederação Nacional de Empresas de Seguros Gerais (2017b), a penetração da arrecadação no PIB nominal saltou de 5,4% em 2012 para 6,5% em 2017. Sendo inegável que, mesmo atendendo a somente uma parte da população, a indústria de seguros não para de crescer, inclusive em tempos de recessão.

A arrecadação do setor passou de R$ 257,6 bilhões em 2012 para R$ 428,9 bilhões em 2017, representando um acréscimo nominal de 66,5% no período de quatro anos (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, 2018b).

Mesmo sendo um mercado importante em valores nominais, é evidente que a sua importância relativa ainda é uma questão a ser explorada e desenvolvida, fato este colaborado com a quantidade de atores envolvidos na cadeia econômica e a chegada de novas tecnologias ao setor, tais como Inteligência Artificial e Big Data.

A importância deste estudo se dá pelo tamanho da indústria de seguros dentro do contexto sócio econômico do país, e é destinada aos profissionais gestores da indústria de seguros, principalmente a alta direção, aos profissionais de produtos, atuários, subscritores, associações de classe securitária, órgãos fiscalizadores, além da sociedade em geral.

Este estudo também pretende contribuir com o meio acadêmico, fornecendo subsídios para que outros pesquisadores avancem na pesquisa de construção tendências de seguros.

1.6 Organização da Estrutura dos Capítulos

Capítulo I – Introdução: neste capítulo é apresentada a contextualização sobre o mercado de seguros. Serão apresentados o problema da pesquisa, o objetivo do trabalho, a delimitação do escopo do estudo, a justificativa do estudo e finalmente a organização da estrutura de capítulos.

Capítulo II – Referencial Teórico: neste capítulo é revista a literatura que subsidia a aplicação empírica, fazendo referências à metodologia de criação de tendências e estratégia.

Capítulo III – A Indústria de Seguros: neste capítulo é apresentado o mercado de seguros, sua estrutura e importância no contexto nacional e mundial, também são apresentadas "*insurtechs*" e tecnologias emergentes.

Capítulo IV – Métodos de Pesquisa: neste capítulo é apresentado como a pesquisa será planejada e conduzida. Também serão discutidos em qual contexto metodológico se enquadra, os métodos científicos escolhidos, a definição de parâmetros, a classificação da pesquisa, os critérios da origem dos dados, bem como o tratamento estatístico dado aos mesmos.

Capítulo V – Análise dos Resultados: neste capítulo são analisados e discutidos os dados coletados, tanto primários como secundários. Serão analisados os questionários aplicados, os roteiros de entrevistas. Este capítulo dará suporte ao próximo capítulo, conclusão.

Capítulo VI – Conclusão: nesta parte é apresentada uma síntese dos elementos observados, unindo-se ideias e discutindo-se finalmente o problema de pesquisa levantado

no capítulo I. Será o fechamento do trabalho, bem como serão exploradas as limitações e sugestões de estudos futuros.

Quadro 1 - Resumo da Dissertação

ESTRUTURA DA PESQUISA			
Introdução	1. Introdução 1.1 Contextualização 1.2 Problema da Pesquisa 1.3 Objetivo do Trabalho 1.4 Delimitação do Escopo 1.5 Justificativa do Estudo 1.6 Organização da Estrutura	**Capítulo 1**	**Fase Teórica**
Referencial Teórico	2. Referencial Teórico 2.1 Fundamentos da Estratégia 2.2 O Estudo do Futuro	**Capítulo 2**	
A Indústria de Seguros	3.1 A importância da Indústria 3.2 Os Principais Atores Econômicos 3.3 Insurtechs e Novas Tecnologias	**Capítulo 3**	
Método e Natureza de Pesquisa	4. Método e Natureza de Pesquisa 4.1 Enfoque da pesquisa 4.2 Descrição das estapas da pesquisa 4.3 Quadro resumo da metodologia	**Capítulo 4**	**Fase Empírica**
Análise e discussão dos resultados	5. Análise de Discussão dos Resultados 5.1 Perfil Demográfico dos Respondentes 5.2 Análise dos Resultados - PESTEL e 5 Forças	**Capítulo 5**	
Conclusões	6. Conclusões 6.1 O Ambiente Tecnológico 6.2 O Ambiente Social 6.3 O Ambiente Legal 6.4 O Ambiente Político 6.5 O Ambiente 6.6 O Ambiente Econômico 6.7 O Poder dos Compradores 6.8 O Poder dos Concorrentes 6.9 O Poder dos Fornecedores 6.10 Os Substitutos 6.11 Novos Entrantes 6.12 Limitações 6.13 Sugestão de Pesquisas Futuras	**Capítulo 6**	

Fonte: Elaborado pelo autor.

Uma vez contextualizado o tema e definido o problema da pesquisa, deve-se avançar para o próximo capítulo, o referencial teórico, etapa fundamental para o suporte das demais fases da pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são abordados os tópicos que suportam a pesquisa, os referenciais teóricos sobre os fundamentos da estratégia, a projeção de cenários, a importância da indústria de seguros, os principais atores econômicos, são aprofundadas as questões sobre os cenários competitivos, tecnológicos e de consumo.

2.1 Fundamentos da estratégia

Conforme Wright, Kroll e Parnell (2007), a administração estratégica é desafiadora, porque vai muito além de estabelecer objetivos e dar ordens aos membros da organização atingirem o que foi estabelecido. Dentre outras coisas, trata-se por parte da alta administração na avaliação e oportunidades externas referentes ao ambiente externo e avaliação dos pontos fortes e fracos no ambiente interno. A alta administração também deve levar em conta os desejos competitivos de acionistas, administradores, funcionários, fornecedores, clientes, credores e membros da comunidade.

Para Johnson, Sholes e Whittington (2011), a estratégia envolve as seguintes questões:

- Orientação de longo prazo;
- O alcance das atividades da organização. Por exemplo, uma organização deve se concentrar em uma ou mais atividades?
- Vantagem da organização sobre seus concorrentes;
- Adaptação estratégica ao ambiente de negócios;
- Recursos e competências da organização;
- Valores e expectativas de atores dentro e fora da organização.

Ainda, segundo assevera Johnson, Scholes e Whittington (2011, p. 25) “Estratégia é a orientação e o alcance de uma organização para o longo prazo, que conquista vantagens num ambiente inconstante por meio da configuração de recursos e competências com o intuito de atender às expectativas dos stakeholders.

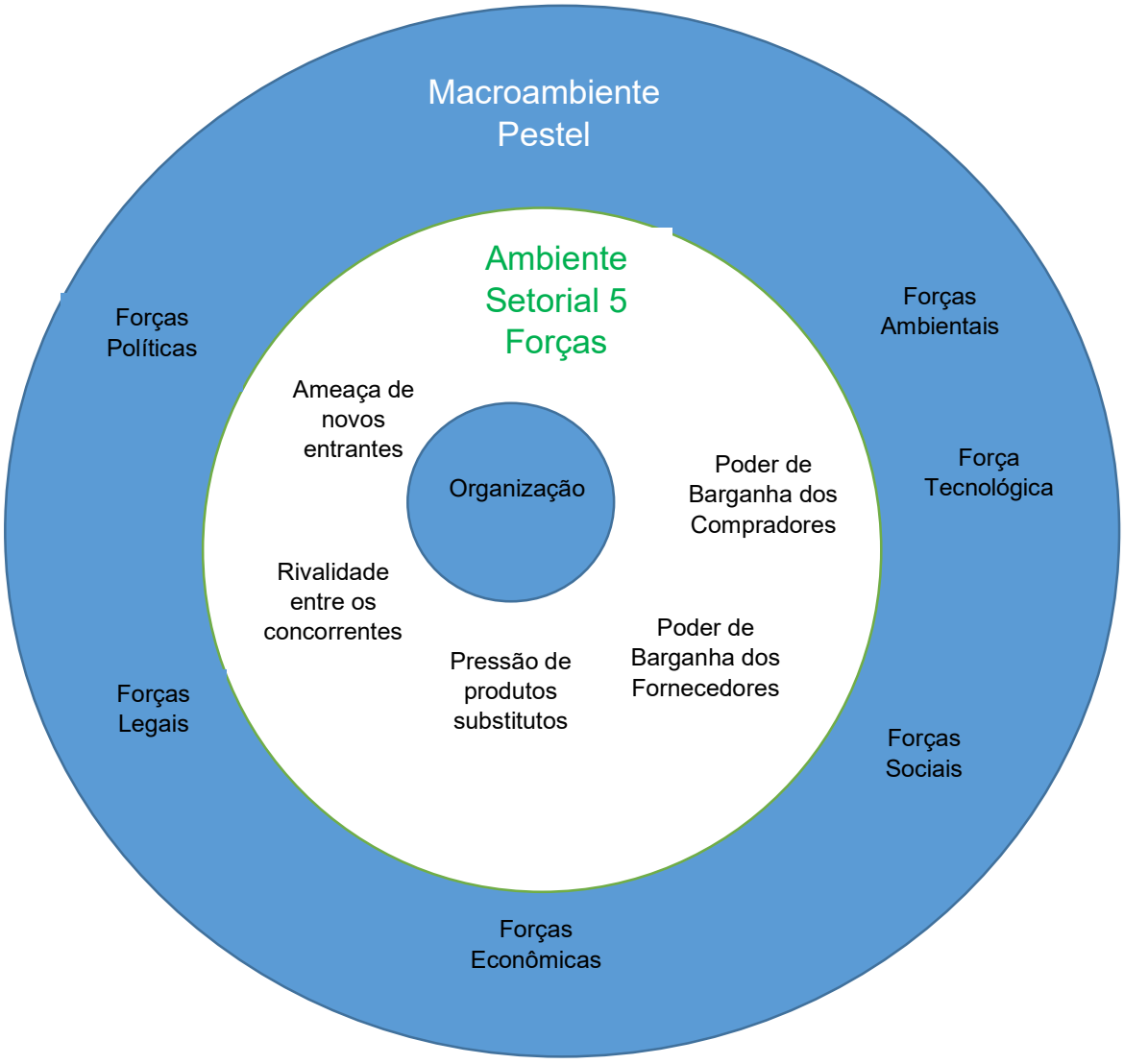
Para Porter (2009), muitas empresas confundem estratégia com eficácia operacional, neste sentido está disseminado a busca pela produtividade, qualidade e

velocidade o que nem sempre reflete rentabilidade sustentada. Para Porter (2008), tanto a eficácia operacional como a estratégia são essenciais para o desempenho superior, porém, as duas atuam de formas diferentes.

Segundo Wright, Kroll e Parnell (2007), a administração estratégica envolve três níveis de análise, sendo, o macroambiente (análise PESTEL), a análise setorial (as cinco forças competitivas) e a própria empresa. Dada a inegável importância metodológica, as duas primeiras análises serão exploradas a seguir.

Segundo Wright, Kroll e Parnell (2007) asseveram, os três níveis de análise estratégica podem ser demonstrados conforme a figura 01.

Figura 1 - Os três níveis da análise.



Fonte: Wright, Kroll e Parnell (2007, p. 48).

2.1.1 Análise Setorial e as cinco Forças Competitivas

Para Porter (2008), o trabalho de um estrategista consiste em compreender e responder aos desafios da competição. Porém, a competição vai além dos **concorrentes diretos**, soma-se então, outras quatro forças competitivas, sendo elas, **clientes ou compradores, fornecedores, novos entrantes e produtos substitutos**.

Por consequência, a atratividade e a lucratividade da indústria é a combinação destas cinco forças e são importantes na formulação da estratégia. Ainda conforme Porter (2008), um dos objetivos essenciais da análise estratégica é identificar alguma possível mudança nas cinco forças que altere a atratividade do setor em um determinado espaço de tempo, podendo a mudanças ser temporária, cíclica ou estrutural.

Conforme Hitt, Ireland e Hoskisson (2008), as cinco forças podem ser assim resumidas:

- Novos entrantes;
- Produtos substitutos;
- Poder dos fornecedores;
- Poder dos concorrentes; e
- Poder dos compradores.

2.1.1.1 Novos Entrantes

Segundo Porter (2004), novas empresas quando chegam ao mercado trazem consigo recursos e desejos substanciais de ganhar mercado. Desta forma os preços podem cair e dependendo da indústria os insumos pode subir. Pressionando-se assim as margens de rentabilidade da indústria como um todo. Não muito frequentemente empresas advindas de outras indústrias, quando entram no mercado tentam usar os seus recursos para causar uma mudança completa.

Lembram Johnson, Scholes e Whittington (2011), que a ameaça da entrada depende da altura da barreira de entrada. Sendo as barreiras os obstáculos que os novos entrantes necessitam enfrentar para se estabelecerem neste mercado. Contudo, Porter (2004) também lembra que se as barreiras de entrada podem ser um fator desestimulante para novos entrantes, as barreiras de saída também devem ser levadas em conta.

Ainda conforme Johnson, Scholes e Whittington (2011), em algumas indústrias a economia de escala é um fator crucial, sendo que, uma vez atingida a produção em larga escala, torna-se muito caro para novos entrantes se igualarem as empresas já estabelecidas.

2.1.1.2 Produtos Substitutos

Para Hitt, Ireland e Hoskisson (2008), produtos substitutos são bens ou serviços externos a indústria original que executam a mesma função ou semelhante ao produto original, sendo um produto substituto uma séria ameaça quanto o consumidor pode obter um serviço ou bem parecido a um custo inferior ao produto ameaçado. Por exemplo, adoçante e açúcar, aço e alumínio, garrafas de plástico e garrafas e vidro, táxi e motoristas de aplicativo (Uber).

Johnson, Scholes e Whittington (2011), lembram que, os gestores costumam focar na concorrência da própria indústria e acabam negligenciando a concorrência proveniente de produtos substitutos, que tem o poder de diminuir a demanda de uma indústria inteira, chegando ao ponto de tornar os produtos de uma determina indústria obsoletos. Por exemplo, discos de vinil vs compact disc vs arquivos eletrônicos de música.

Para Porter (2004), todas as empresas estão competindo com indústrias que fabricam produtos substitutos. Os produtos substitutos reduzem os retornos esperados de uma indústria, colocando desta forma um teto nos preços que uma indústria pode praticar.

2.1.1.3 Poder dos Fornecedores

Conforme Wright, Kroll e Parnell (2007), os fornecedores podem comprimir a lucratividade de uma indústria quando o setor é incapaz de repassar os custos aos seus próprios preços.

O poder dos fornecedores é contrário daquele que aumenta o poder dos compradores, conforme lembram Johnson, Scholes e Whittington (2011), sendo elevados quanto existem fornecedores concentrados, altos custos de mudança e ameaça de competição do fornecedor.

Ainda segundo Porter (2004), um fornecedor é poderoso também quando o comprador não é importante, quando a indústria fornecedora não necessita competir por produtos substitutos, quando o produto fornecido é um insumo muito importante para o negócio do comprador ou quando os produtos ofertados pelo fornecedor são diferenciados.

2.1.1.4 Poder dos Concorrentes

Para Hitt, Ireland e Hoskisson (2008), as empresas de uma indústria dependem umas das outras e as ações tomadas por uma geralmente provocam reações competitivas. Na maior parte das indústrias as empresas competem entre si. E a rivalidade fica mais acirrada quando alguma concorrente decide melhorar sua posição dentro deste mercado.

Muito raramente as empresas de uma indústria são homogêneas e os recursos e capacidades diferem muito entre si. As dimensões mais visíveis desta concorrência são preços, qualidade e inovação.

Sendo que para Johnson, Scholes e Whittington (2011), alguns fatores podem afetar diretamente o poder dos concorrentes, sendo eles:

- O equilíbrio competitivo;
- Taxa de crescimento da indústria;
- Altos custos fixos;
- Altas barreiras de saída; e
- Baixa diferenciação.

Para Porter (2004), enquanto a concorrência por preços pode limitar os ganhos da indústria como um todo, a concorrência por publicidade pode expandir a demanda, criando-se então um efeito benéfico para todas as empresas.

2.1.1.5 Poder dos Compradores

Quando os compradores, essenciais à sobrevivência de qualquer indústria, adquirem enorme poder de barganha, os fornecedores têm dificuldades de obter lucro, por menor que seja, segundo asseveram Johnson, Scholes e Whittington (2011).

O poder de barganha dos compradores é grande quando os compradores são concentrados, existem baixos custos de mudança do fornecedor ou existe a ameaça de competição do próprio comprador, conforme lembram Johnson, Scholes e Whittington (2011).

Ainda segundo Wright, Kroll e Parnell (2007), compradores que concentram grandes quantidades em relação do total de vendas de um setor tendem a ter grande poder em relação aos preços, pressionando assim as margens dos fornecedores. Por exemplo, grandes cadeias varejistas em relação a pequenas empresas fabricantes de determinado produto. Neste exemplo, a cadeia varejista é o comprador e não o cliente final da cadeia varejista.

2.1.2 Análise do macroambiente (PESTEL)

Conforme Johnson, Scholes e Whittington (2011), o ambiente é o que proporciona a sobrevivência da empresa e da indústria. Também é do ambiente que surgem ameaças, tais como, novas tecnologias, novas exigências regulatórias e até ameaças ambientais. A estrutura PESTEL deve ser utilizada na forma de identificar tendências futuras nos ambientes, político, econômico, sociais, tecnológicos, ambientais (ecológicos) e jurídicos.

Para Souza (2016), devido a velocidade em que as transformações ocorrem, é recomendado que as empresas dediquem tempo e recursos permanentes para análise do macroambiente, sendo estes recursos externos (contratados) ou internos através de uma equipe dedicada ao monitoramento do macroambiente.

Ainda segundo Johnson, Scholes e Whittington (2011), quando o ambiente apresenta altos níveis de incerteza é impossível a criação de uma única visão de futuro, neste caso o mais recomendado é a criação de cenários. Neste sentido, geralmente a criação de cenários se dá através da análise PESTEL, conforme detalhado:

2.1.2.1 Político

É no ambiente político que as indústrias competem por atenção, recursos e voz na elaboração de normas e leis que influenciarão o ambiente legal e econômico. As empresas devem analisar cuidadosamente as políticas e filosofia de novas administrações, conforme asseveram Hitt, Ireland e Hoskisson (2008).

Segundo Souza (2016), principalmente para as empresas que atuam somente no âmbito nacional, a atenção política se faz extraordinariamente necessária, dado que,

atuações de grupos podem simplesmente acabar com mercados inteiros e consequentemente com toda a indústria.

2.1.2.2 Econômico

O ambiente econômico refere-se à natureza da economia onde uma empresa compete, as questões econômicas estão diretamente atreladas ao desejo de investir ou de permanecer em determinado mercado, conforme lembram Hitt, Ireland e Hoskisson (2008).

Ainda segundo Wright, Kroll e Parnell (2007), o impacto econômico é significativo para uma indústria, sendo este impacto diretamente relacionado ao Produto Interno Bruto, as flutuações cambiais e as taxas de juros. O que determina quais setores industriais podem se tornar mais ou menos atrativos.

2.1.2.3 Social

Segundo Hitt, Ireland e Hoskisson (2008) é do segmento social que emergem mudanças nos segmentos políticos, econômicos, jurídico e tecnológico e são a base de uma sociedade. O ambiente social também difere um país de outro, por exemplo, a propensão de gasto per capita em determina indústria, como a assistência médica, por exemplo.

É na força social também que residem as tradições as expectativas, os valores de uma sociedade, segundo lembram Wright, Kroll e Parnell (2007). Estas tradições podem representar enormes oportunidades ou ameaças.

Na tendência social também deve-se estudar as condições demográficas de uma população, conforme Wright, Kroll e Parnell (2007), por exemplo, nos Estados Unidos, a população na faixa etária entre 18 e 34 anos vem caindo drasticamente nos últimos anos, o que força as redes de comida rápida repensarem suas estratégias, dado que este grupo etário representa a sua maior parcela de clientes.

2.1.2.4 Tecnológico

Conforme lembra Hitt, Ireland e Hoskisson (2008), dado os rápidos avanços, é de fundamental importância as empresas e indústria estarem profundamente conectadas com este segmento. A importância se dá também ao fato de sempre os primeiros a descobrirem e utilizarem uma nova vantagem tecnológica geralmente obtém vantagem competitiva sobre outros concorrentes ou indústrias.

Para Wright, Kroll e Parnell (2007), as mudanças tecnológicas podem simplesmente acabar com uma indústria, por exemplo, a substituição de máquinas de escrever por processadores de texto e aviões a propulsão por aviões a jato. Lembrando ainda, que geralmente o avanço tecnológico é constituído fora da indústria que está sendo afetada. Por exemplo, aplicativos de motorista (Uber) versus táxi.

Para Johnson, Scholes e Whittington (2011), as forças macro ambientais estão interligadas, por exemplo, uma nova tecnologia tem o poder de influenciar as forças sócias, econômicas e até ambientais quando são analisados os resíduos desta nova tecnologia.

2.1.2.5 Ambiental

Conforme Wright, Kroll e Parnell (2007), as leis de proteção ambiental encontram-se dentro desta força macro ambiental e tem o poder de alterar também forças sociais (expectativas de um ambiente melhor), econômicas, alterações climáticas, custos de geração de energia ou até automação.

Ainda segundo Johnson, Scholes e Whittington (2011), as forças ambientais podem regular os controles de emissão sonora, autorização para funcionamento de aeroportos e barragens e até mesmo o controle do consumo de energia de uma determinada indústria.

Dada a relevância que o tema é tratado atualmente, em 24/01/2019, este autor efetuou uma pesquisa no Google livros, com o tema “Impacto Ambiental” a resposta foi 211.000 títulos com esta referência.

2.1.2.6 Legal

Sendo o ambiente Legal altamente influenciado pelos ambientes Político e Social, é de extrema importância. Por exemplo, conforme Hitt, Ireland e Hoskisson (2008), as normas

referentes aos produtos farmacêuticos ou ao setor de telecomunicações influenciam as aquisições e investimentos do setor.

Para Johnson, Scholes e Whittington (2011), o ambiente legal pode influenciar diretamente fusões e aquisições ou prerrogativas especiais de atuação de uma empresa em determinado país. Influenciando e criando assim possíveis barreiras de entradas.

Ainda conforme Souza (2016), nenhuma demanda favorável seguirá em frente sem o devido respaldo legal. Lembrando que novas legislações podem acabar com indústrias inteiras, por exemplo a proibição de material feitos de amianto em diversos países, porém, também podem ao mesmo tempo criar oportunidades antes sequer imaginadas, por exemplo a legalização de determinadas substancias psicotrópicas em determinados países e estados dos Estados Unidos.

2.2. O Estudo do Futuro

Neste item serão abordadas as evoluções das técnicas de estudos do futuro, suas origens e a sua evolução.

O desejo de conhecer o futuro remonta a antiguidade, conforme citado por Grumbach e Marcial (2011). No antigo Egito, os sacerdotes verificavam a cor do rio Nilo, que, poderia indicar um ano com lavouras abundantes ou escassas ou de cheias catastróficas. Já na Grécia antiga o maior exemplo de todos eram os oráculos, onde sacerdotes ou sacerdotisas prediziam o futuro, sendo o mais conhecido do mundo moderno o oráculo de Apolo conhecido atualmente como oráculo de Delfos.

Porém, a tentativa de utilizar ciência para visualizar o futuro começou durante a Renascença. Por exemplo, Maquiavel compilou uma extensa obra de tratados políticos alertando para a os problemas da natureza humana e o seu destino (GRUMBACH; MARCIAL, 2011).

Somente após a segunda guerra mundial os especialistas se afastaram do campo especulativo e incluíram aspectos matemáticos para elaboração de planejamento governamentais. Sendo os problemas mais estudados a Guerra fria entre os Estados Unidos e União Soviética e a reconstrução da Europa (GRUMBACH; MARCIAL, 2011).

2.2.1 Instrumentos para a construção de cenários prospectivos

Este tópico abordará de forma prática a construção de cenários futuros, respondendo questões como, onde e porque construir cenários.

Conforme lembra Carvalho et al (2011), os principais autores na construção de cenários são, Shoemaker, Ghemawat, Godet, Schwartz e Porter, sendo que entre as fases para a construção de cenários prospectivos podem ser agrupadas conforme demonstra o Quadro 2.

Quadro 2 - Fases para execução da construção de cenários.

Fase	Principal Ação
Primeira fase – Inicial	Estudos Iniciais, estabelecimento do escopo, âmbito geográfico e período futuro.
Segunda fase – Identificação de Elementos	Quais são os elementos/variáveis que terão interação com o futuro, cenários, atores e *stakeholders* envolvidos.
Terceira fase – identificação de forças motrizes	Identificar as forças motrizes que influenciarão os cenários e suas possibilidades de estudos futuros.
Quarta fase	Primeiros testes de condição futura e rascunho de possíveis visões.
Quinta fase	Informar e descrever o cenário inicial ou de base.
Sexta fase	Testes de verificação, consistência e plausibilidade.
Sétima fase	Implicação dos cenários escolhidos, análise dos indicadores escolhidos, e no caso de empresas, adoção da estratégia de futuro em função dos cenários.

Fonte: Carvalho et al (2011 p. 13 e 14).

Conforme Silva, Nascimento e Souza (2012), as principais técnicas utilizadas para em estudos prospectivos estão discriminadas no Quadro 3.

Quadro 3 - Principais metodologias e técnicas utilizas em estudos prospectivos.

Metodologia	Características
Opinião de Especialistas	Método qualitativo, baseado em opinião de especialistas, utilizado para complementar as informações obtidas e captação de conhecimentos. Delphi,

	painéis de especialistas, entrevistas, grupo foco, *surveys*, são exemplos deste método.
Cenários	Instrumentos para ordenar percepções sobre ambientes futuros alternativos, sobre as quais as decisões atuais se basearão. Busca construir representações do futuro que destacam as tendências dominantes e as possibilidades de ruptura.
Modelagem e simulação	Tentativas de identificar certas variáveis e criar modelos computacionais, jogos ou sistemas nos quais se pode visualizar a interação entre as variáveis em um determinado espaço de tempo.
Monitoramento e sistemas de Inteligência	Monitorar significa observar, checar e atualizar-se em relação aos desenvolvimentos, numa área de interesse bem definida, para uma finalidade específica.
Tendência	Utiliza técnicas matemáticas e estatísticas para extrapolar séries temporais para o futuro. Coleta-se informação sobre uma variável ao longo do tempo e, em seguida, essa informação é extrapolada para um ponto futuro.
Métodos descritivos e matrizes	Ampliação da criatividade individual ou coletiva para identificar futuros alternativos. Necessitam de especialistas, boas séries de dados, estruturas, compreensão da modelagem e das tecnologias da informação e comunicação.
Métodos estatísticos	Procuram identificar e medir o efeito de uma ou mais variáveis independentes, importantes sobre o comportamento futuro de uma variável dependente.
Criatividade	É um meio de ampliar a habilidade de visualizar futuros alternativos. Alguns métodos contribuem para aprimorar estas características naqueles que trabalham com prospecção ou gestão de tecnologia, como por exemplo, como *Brainstorming e Brainwriting*. Indicada para ser usada no início do processo.
Avaliação / Decisão	Incluem o tratamento de múltiplos pontos de vista para priorizar ou reduzir fatores que devem ser considerados. Diferentes abordagens vêm sendo adaptadas e utilizadas, como processo de hierarquias analíticas (AHP) e árvores de relevância. O decisor pode expressar preferências e estabelecer prioridades.

Fonte: Silva, Nascimento e Souza (2012, p. 40).

Uma vez definido o referencial teórico empregado na pesquisa, faz-se necessário o estudo do objeto a ser pesquisado, a indústria de seguros, tema este a ser explorado no capitulo 3 a seguir.

3. A Indústria de Seguros

3.1 A importância da Indústria

Segundo o *Institute Insurance Information* (2018a), quando as pessoas são questionadas sobre a importância dos seguros, a maioria responde que, o seguro protege financeiramente as pessoas e os países contra a morte prematura, os danos à propriedade, aos danos relacionados à responsabilidade civil e a outras despesas inesperadas. Tudo isto é verdade, porém a contribuição do seguro em uma economia vai além destas afirmações. A indústria de seguros emprega milhões de pessoas e devolve à sociedade bilhões em impostos.

O *Institute Insurance Information* (2018a), agrupa os benefícios advindos da indústria de seguros em três distintas categorias, segurança e seguridade, estabilidade econômica e financeira e desenvolvimento.

A importância do setor de seguros nos fundamentos de uma economia, levou a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD), a criar em 1961 um comitê de Seguros.

Atualmente este comitê de seguros se concentra em fortalecer o mercado, a vigilância regulatória e a transparência do setor. Promove o papel do seguro no fornecimento de proteção a longo prazo para a aposentadoria, se dedica a aumentar a resiliência financeira a choques, inclusive desastres, apoia a eficiência, a estabilidade e a confiança do mercado de seguros (ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, 2016).

A indústria de seguros, no Brasil, movimenta valores superiores às indústrias tradicionais, como de automóveis e farmacêutica. Em 2017, o setor retornou para sociedade 277 bilhões de reais em forma de indenizações, sorteios, resgates e benefícios, valor este 7% acima do mesmo período em relação ao ano de 2016 (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE SEGUROS GERAIS, 2018b).

Mundialmente, o Brasil ocupou em 2017, a 12ª posição no ranking de seguros, sendo responsável por 50% de todos os prêmios que são arrecadados na América Latina e Caribe (SWISS RE INSTITUTE, 2018a).

Sendo responsável por metade de toda a arrecadação da América Latina, analisando-se o gasto anual *per capita*, o Brasil ocupa a 45ª posição no ranking mundial, sendo que, o gasto médio do brasileiro, em 2017 com seguros foi de 398 dólares americanos, enquanto no Chile, no mesmo período, o gasto médio foi de 736 dólares americanos e nos Estados Unidos foi de 4.216 dólares americanos (SWISS RE INSTITUTE, 2018a).

A participação mundial do Brasil, em prêmios de Seguros saltou de 1,11% em 2008, passando para 1,7% em 2017. Porém, o país ainda se encontra atrás de países como a Coréia do Sul e Índia (SWISS RE INSTITUTE, 2018a).

É inegável que quanto maior é a penetração da indústria de seguros em uma economia, maior é a resiliência face a eventos não desejáveis, tais como, desastres da natureza, aumento do número de roubos, incêndios e doenças. Além da função primária, a indenização, as reservas técnicas e não técnicas subsidiam outras atividades na cadeia econômica.

3.2 Os Principais Atores Econômicos e o Ambiente Regulatório

3.2.1 Os Principais Atores Econômicos e o Ambiente Regulatório Nacional

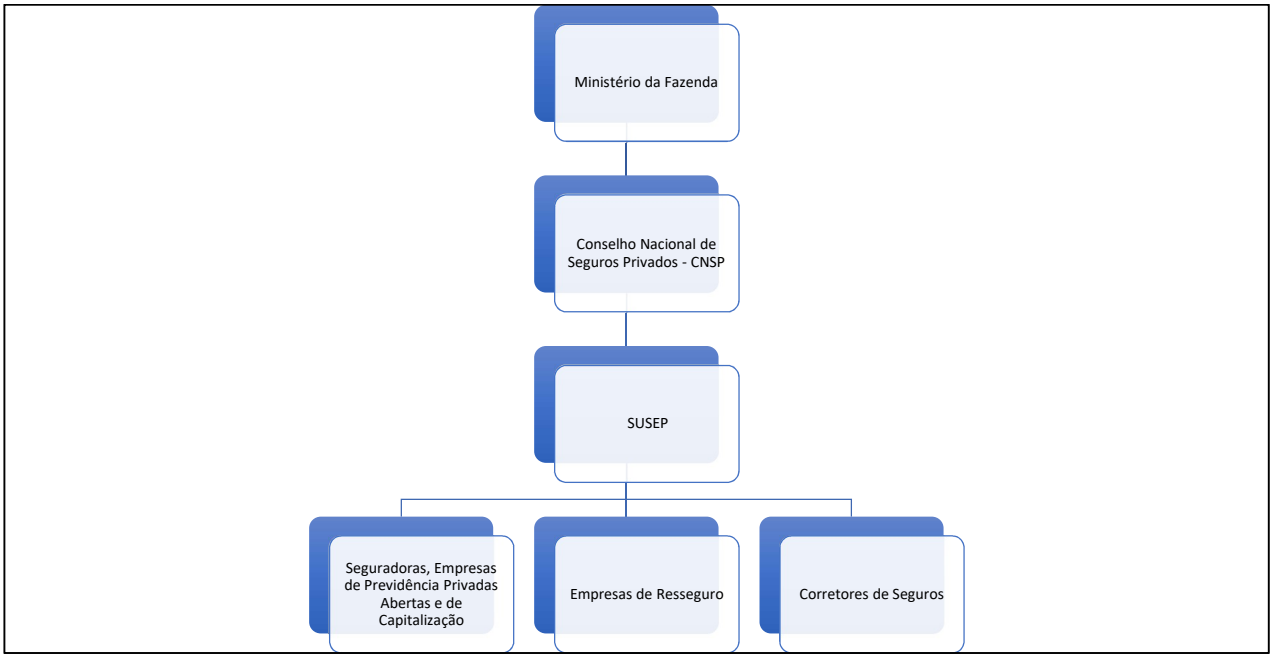
Segundo o Banco Central do Brasil, o Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP)**,** é o órgão responsável por fixar as diretrizes e normas da política de seguros no Brasil. O mesmo é composto pelo Ministro da Fazenda (presidente do CNSP), representantes do Ministério da Justiça, Ministério da Previdência Social, Superintendente da Superintendência de Seguros Privados (Susep), representantes do Banco Central e da Comissão de Valores Imobiliários (CVM). A principal função da CNSP é regular a constituição, organização, funcionamento e fiscalização do Sistema Nacional de Seguros Privados (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2018).

Já a Susep, subordinada ao CNSP, é o órgão responsável pela fiscalização de seguros, previdência privada aberta, títulos de capitalização e resseguro em todo o Brasil, desde de 1966 (BRASIL, 2017).

A missão da Susep é "Desenvolver os mercados supervisionados, assegurando sua estabilidade e os direitos do consumidor." (SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS, 2018).

O Quadro 4 abaixo demonstra como é distribuído o sistema nacional de seguros privados e os principais agentes econômicos do mercado de seguros, conforme estabelecido pelo Decreto-Lei nº 73, de 21 de novembro de 1966 - alterado pela Lei nº 9.656/98 e Lei nº 10.190/2001.

Quadro 4 - Sistema Nacional de Seguros Privados.



Fonte: Elaborado pelo Autor.

Segundo o *site* de estatística da Susep, durante o ano de 2017, o mercado contou com 105 seguradoras, entre seguros de danos, vida e previdência.

As entidades de seguros, resseguros e corretores de seguros, contam com seus sindicatos, cuja missão maior é representar os interesses de suas associadas e têm papel fundamental como agentes catalisadores de ideias, debates e interlocutores perante os agentes econômicos e políticos.

Sendo os sindicatos patronais importantes agentes de fomento à indústria de seguros, serão estudados em maior detalhe.

A Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg), entidade de representação máxima do

mercado segurador brasileiro, congrega as federações que representam as empresas integrantes dos segmentos de seguros, previdência complementar aberta e vida, saúde suplementar e capitalização (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, 2016a).

A CNseg agrega as seguintes federações:

- Federação Nacional de Seguros Gerais – FENSEG;
- Federação Nacional de Previdência Privada e Vida – FENAPREVI;
- Federação Nacional de Saúde Suplementar – FENASAÚDE;
- Federação Nacional de Capitalização – FENACAP.

A missão da CNseg é congregar as principais lideranças, coordenar ações políticas, elaborar o planejamento estratégico do setor, e representar o segmento perante o Governo, a sociedade e as entidades nacionais e internacionais (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, 2016a).

A estrutura da CNseg é composta de uma Assembleia Geral, um Conselho Diretor, um Conselho Fiscal, um Conselho Superior e um Conselho de Conduta e de Mercado.

A CNseg também coordena os trabalhos das Comissões Temáticas, compostas por profissionais indicados pelas Federações associadas e pela própria CNseg, que se dispõem a trocar experiências e debater ideias em prol do mercado (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, 2016a).

As Comissões Temáticas são um fórum de discussão sobre as questões técnicas, regulatórias e de mercado. Atualmente a CNseg conta com 18 comissões temáticas, onde são debatidos os mais diversos assuntos, sendo conforme o *site* da Confederação, assim distribuídas:

Comissão Atuarial; Administração e Finanças; Assuntos Fiscais; Assuntos Jurídicos; Comunicação e *Marketing*; Controles Internos; Digitalização; Gestão de Riscos; Inteligência de Mercado; Investimentos; Ouvidoria; Processos e Tecnologia da Informação; Recursos Humanos; Relação de Consumo; Resseguro; Seguros Inclusivos; Sustentabilidade e Inovação e Assuntos Governamentais.

Além das 18 comissões Temáticas, as Federações coordenam 37 comissões Técnicas, perfazendo-se um total de 58 fóruns, onde são debatidos os temas específicos de cada federação. Conforme seus respectivos *sites* são assim distribuídos:

Fenseg – Comissão de Assuntos Jurídicos; Automóvel; Responsabilidade Civil Geral; Crédito e Garantia; Riscos de Engenharia; Riscos Patrimoniais – Grandes Riscos; Riscos Patrimoniais – Massificados; Seguro Garantia Estendida e Afinidades; Seguro Habitacional; Seguro Rural; Transportes; Estratégia de Seguros Corporativos.

Fenaprevi – Comissão Atuarial; Assuntos Contábeis e Fiscais; Assuntos Jurídicos; Comunicação Marketing e Eventos; Investimentos; Produtos por Sobrevivência; Produtos por Risco; Gestora do SIDE.

Fenasaúde – Comissão Contábil; Assuntos Assistenciais; Assuntos Jurídicos; Comunicação; Ética; Odontologia; Relacionamento com Prestadores; Solvência; Técnica Saúde.

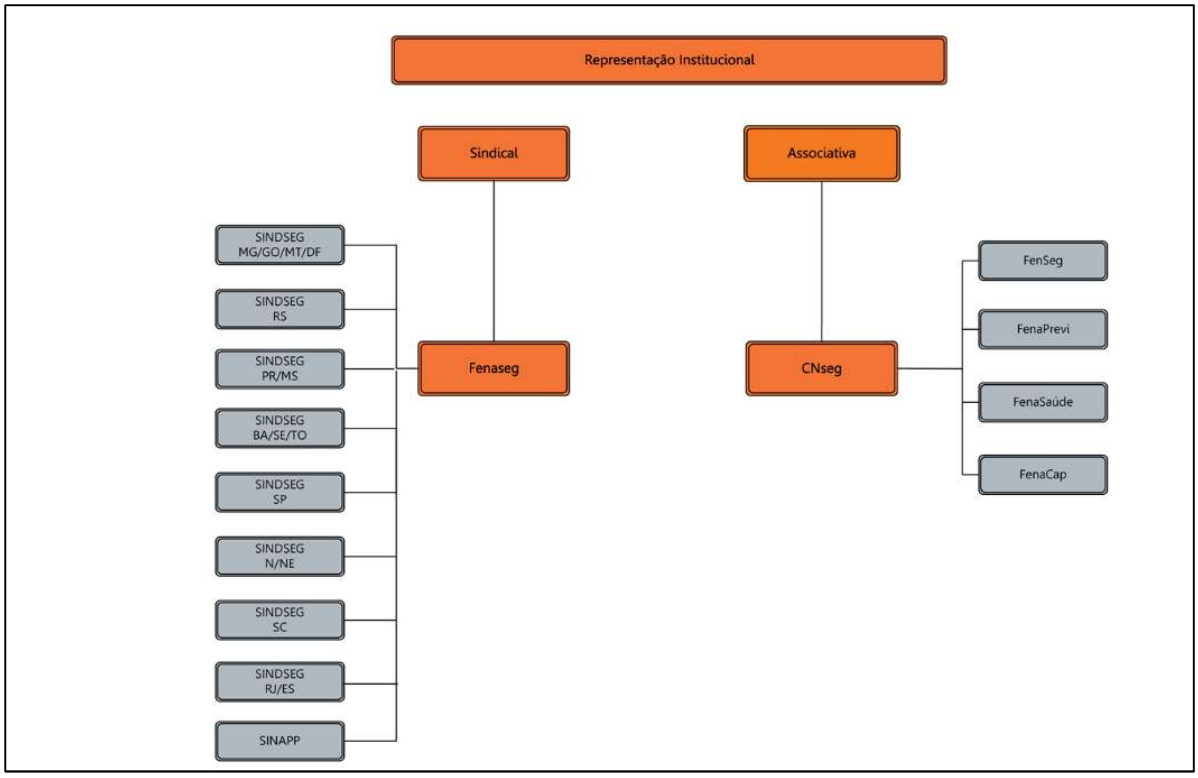
Fenacapi – Comissão Atuarial de Capitalização; Administração e Finanças de Capitalização; Comunicação FENACAPI; Controles Internos de Capitalização; Produtos e Coordenação; Tecnologia da Informação e Capitalização; Jurídica de Capitalização.

Além das Federações e da Confederação, o mercado segurador também conta com a Fenaseg, uma associação sindical das seguradoras de grau superior e atuação em todo o território nacional. Instituída para congregar, proteger e representar os sindicatos filiados a ela. Foi fundada em 1951 e reconhecida em 1953 (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, 2016a).

A Fenaseg também é uma mantenedora da Fundação Escola Nacional de Seguros (Funenseg).

Enquanto o caráter da CNseg é associativo o da Fenaseg é sindical conforme demonstra o Quadro 5.

Quadro 5 - Representação Institucional do Mercado Segurador



Fonte: Confederação Nacional de Seguros Privados (2017b, p. 10-145).

Já a Fenacor, Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros é uma entidade que representa 25 sindicatos estaduais e 74 delegacias, tendo como finalidade básica a proteção e defesa dos interesses econômicos dos corretores de seguros e resseguros. Segundo a própria Fenacor, atualmente a categoria conta com 95 mil corretores registrados, sendo 60 mil pessoas físicas, a sua grande maioria, e 35 mil corretores pessoas jurídicas (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS CORRETORES DE SEGUROS PRIVADOS E DE RESSEGURO, DE CAPITALIZAÇÃO, DE PREVIDÊNCIA PRIVADAS, DAS EMPRESAS CORRETORAS DE SEGUROS E DE RESSEGUROS, 2018)

Além da sua função sindical, a FENACOR também é uma das mantenedoras da Funenseg, participando do seu conselho deliberativo e fiscal.

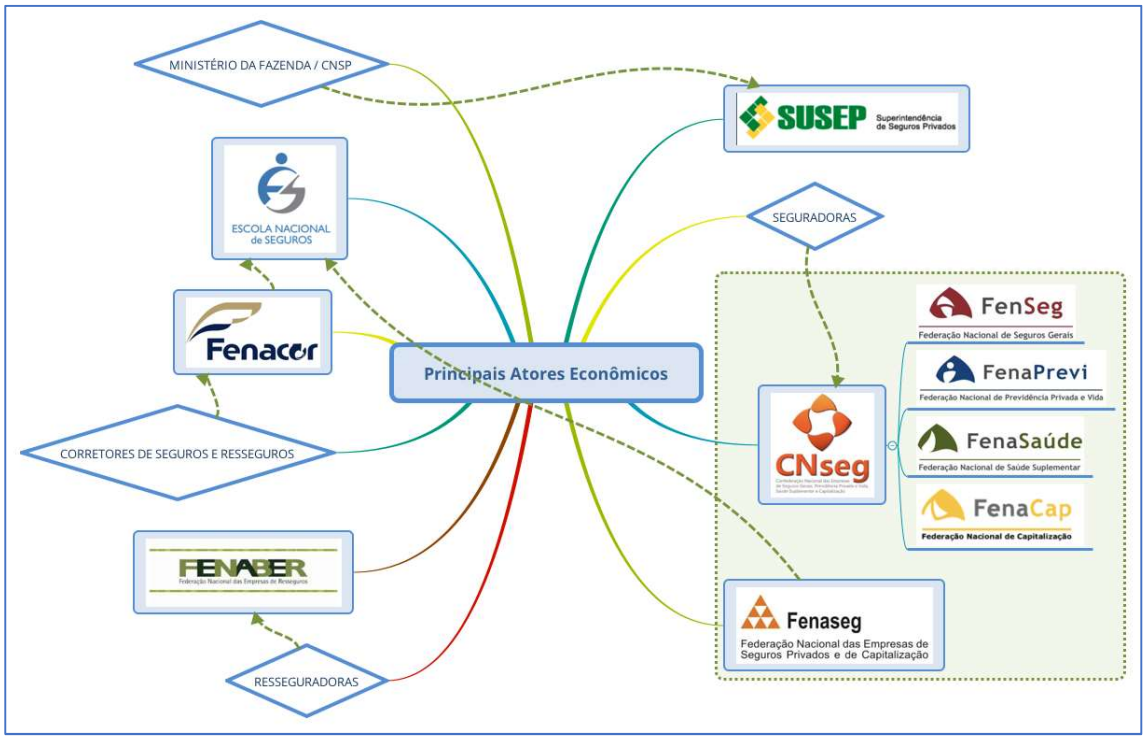
A Fenaber, Federação Nacional das Empresas de Resseguros, foi fundada em 2007, após a abertura do mercado de resseguros no Brasil, e congrega e representa os interesses das empresas de resseguro admitidos ou locais (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS

CORRETORES DE SEGUROS PRIVADOS E DE RESSEGURO, DE CAPITALIZAÇÃO, DE PREVIDÊNCIA PRIVADAS, DAS EMPRESAS CORRETORAS DE SEGUROS E DE RESSEGUROS, 2017b).

Ademais, a Fenaber também tem o objetivo de desenvolver o mercado e resseguros brasileiro, divulgando e apoiando atividades institucionais, inclusive na capacitação profissional. A Fenaber também divulga e promove o seguro, sendo esta atividade fundamental para a existência do resseguro.

Complementando o quadro acima, a Escola Nacional de Seguros, fundada em 1971, pelos principais atores do mercado segurador, oferece serviços educacionais ao setor, tendo como mantenedores a Fenacor e Fenaseg, esta última ligada à CNseg (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, 2017).

Quadro 6 - Principais Atores Econômicos do Mercado Segurador Brasileiro.



Fonte: Elaborado pelo Autor.

Para as empresas de saúde suplementar, deve-se acrescentar uma entidade ao contexto. Trata-se da Agência Nacional de Saúde Suplementar, a ANS, que é a agência

reguladora, vinculada ao Ministério da Saúde e é responsável pelo setor de planos de saúde no Brasil.

Conforme a Agência Nacional de Saúde Suplementar (2018), a sua missão é promover a defesa do interesse público na assistência suplementar à saúde, regular as operadoras setoriais – inclusive quanto às suas relações com prestadores e consumidores – e contribuir para o desenvolvimento de ações de saúde no país.

3.2.2 Os Principais Atores Econômicos e o Ambiente Regulatório no Âmbito Internacional

Nos Estados Unidos, a "*National Association of Insurance Commissioners – NAIC*" (2018) congrega os órgãos reguladores de todos os estados norte-americanos, onde a fiscalização e a regulação é efetuada de forma descentralizada, sendo que cada estado possui autonomia em relação aos demais membros da União.

Na Europa o órgão que coordena as ações de fiscalização e regulação integrada entre os Estados Membros da União Europeia é a "*European Insurance and Occupational Pensions Authority – EIOPA"* (2018), que tem como função ser a autoridade supervisora para pensão ocupacional e seguros.

Existem outros órgãos que congregam os Supervisores de Seguros em nível mundial e regional, sendo que os principais são:

A Associação Internacional de Supervisores de Seguros (2018), sigla em Inglês da *"International Association of Insurance Supervisors – IAIS"*, foi estabelecida em 1994 e abrange atualmente 97% de todo o prêmio de seguros do mundo, tendo como participantes mais de 200 jurisdições, sendo a sua missão promover a eficiência e a consistência global dos supervisores de seguros. Atualmente o Brasil é um país membro a associação.

E por último, mas não menos importante, a Associação de Supervisores de Seguros da América Latina – ASSAL (2018), o qual o Brasil também é membro através da Susep.

O Quadro 5 tem por objetivo informar o sítio eletrônico de cada associação ou supervisora, para que o leitor interessado se aprofunde mais no assunto.

Quadro 7 - Associações e Supervisoras de Seguros Gerais.

Órgão	Endereço Eletrônico
Ministério da Fazenda	http://www.fazenda.gov.br/
Superintendência de Seguros Gerais - Susep	www.susep.gov.br
Banco Central do Brasil	http://www.bcb.gov.br/
Comissão de Valores Mobiliários	http://www.cvm.gov.br/
Associação Internacional de Supervisores de Seguros	http://www.iaisweb.org/
Associação de Supervisores da América Latina	http://www.assalweb.org/
Associação Nacional do Comissários de Seguros (EUA)	http://www.naic.org/
Comissão Europeia	http://ec.europa.eu/
CNSEG - Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização	http://www.viverseguro.org.br/
FENACOR - Federação Nacional de Corretores	http://www.fenacor.org.br/
FENABER – Federação Nacional de Empresas de Resseguros	http://fenaber.org.br/
Escola Nacional de Seguros - ENS	http://www.ens.edu.br/

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.2.3 Arrecadações (Ambiente de Consumo)

No período 2013 - 2017 segundo a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Complementar e Capitalização (2018b), a penetração no PIB do setor de seguros saltou de 5,4% para 6,5%.

A participação do mercado de seguros em relação com o PIB ainda deixa muito a desejar: a tabela 1 demonstra os dez principais países em penetração com o PIB no ano de 2017.

Tabela 2 - Ranking de Participação do Setor de Seguros no PIB - 2017.

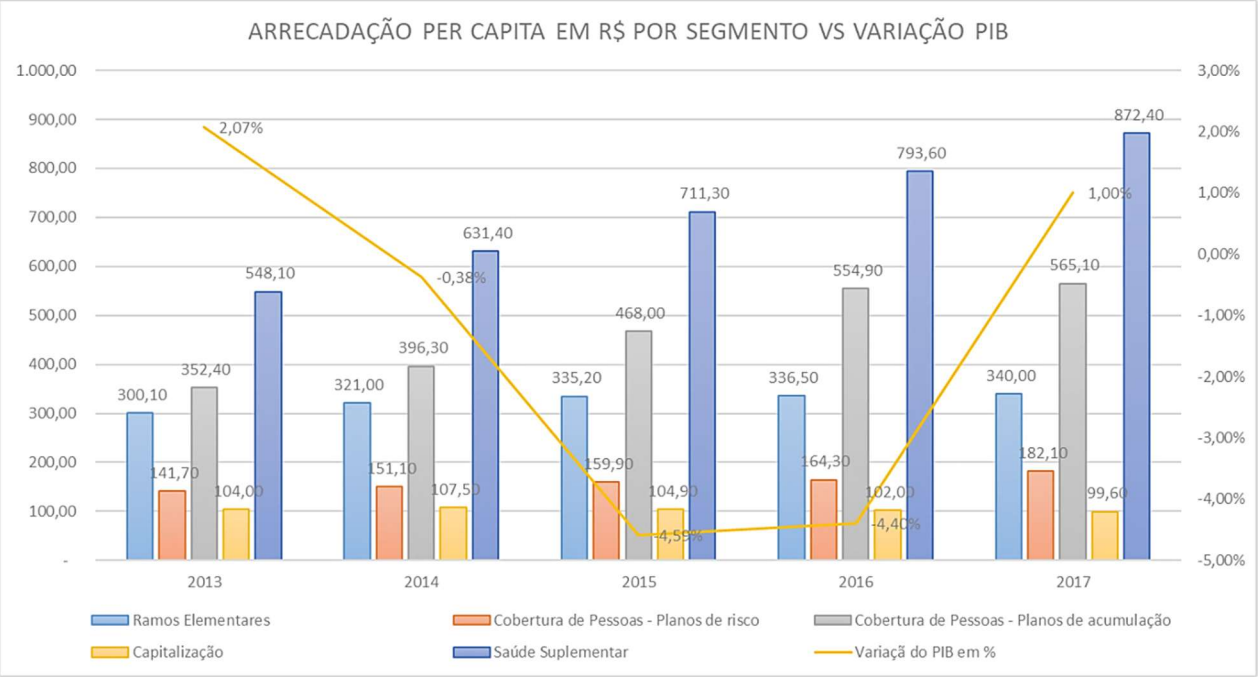
Ranking	País	Total de Prêmios de Seguros em comparação com o PIB
1	Taiwan	21,30%
2	Ilhas Cayman	19,61%
3	Hong Kong	14,58%
4	África do Sul	13,75%
5	Coréia do Sul	11,57%
6	Finlândia	10,65%
7	Dinamarca	10,21%
8	Reino Unido	9,58%
9	Suécia	9,56%
10	França	8,95%
	Média Mundial	6,13%

Fonte: Swiss Re Institute (2018a, p. 47)

O *Insurance Information Institute* (2018), identifica o seguro de pessoas como o segmento que traz o maior suporte para o crescimento de prêmios entre os mercados emergentes, o Brasil encontra-se incluso neste mercado, sendo os segmentos de vida responsáveis por 13,8% de crescimento entre os anos de 2016 e 2017, e os seguros de não vida responsáveis por 6,1% no grupo dos mercados emergentes, no mesmo período.

O gráfico 1 demonstra como alguns segmentos são mais afetados pelo baixo desempenho do PIB enquanto outros, como por exemplo, Saúde e Planos de acumulação não são afetados.

Gráfico 1 - Arrecadação per capita em R$ por segmento vs. Variação do PIB.



Fonte: CNseg (2018b).

A série histórica também deixa claro que a quantidade de pessoas atendida pelo seguro saúde cresceu de forma marginal, dado que o volume de prêmios totais teve um crescimento superior ao volume de prêmios arrecadados per capita (64,3% *v.s.* 59,2%).

Em consonância com a afirmação do *Insurance Information Institute* (2018b), onde os ramos de pessoas suportam o crescimento de arrecadação nos países emergentes, a tabela 3 demonstra o crescimento nominal Brasileiro da arrecadação durante o período 2013/2017.

Tabela 3 - Crescimento Nominal (em R$ bilhões) de arrecadação no Brasil por segmento entre os anos 2013 e 2017.

Segmento	Arrecadação 2013	Arrecadação 2017	% Variação Nominal
Ramos Elementares	60,6	70,8	17,0%
Cobertura de Pessoas	99,7	155,6	56,1%
Capitalização	21,0	20,8	-1,0%
Saúde Suplementar	110,6	181,7	64,3%
Mercado Segurador	291,8	428,9	47,0%

Fonte: CNseg (2017a).

Já o Centro Oeste foi a região geográfica onde o crescimento de arrecadação se fez mais presente (65,3%) entre os anos de 2013/17, conforme a CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, PREVIDÊNCIA PRIVADA E VIDA, SAÚDE COMPLEMENTAR E CAPITALIZAÇÃO (2018b), sendo a região Sudeste a que apresentou menor crescimento (32,2%) no mesmo período, conforme demonstrado na tabela 4. Os percentuais não incluem saúde suplementar, pois esta modalidade de cobertura securitária não tem distinção geográfica.

Tabela 4 - Percentual de Variação por Região.

Região	Variação 2013/17
Norte	47,7%
Nordeste	44,8%
Centro Oeste	65,3%
Sudeste	32,2%
Sul	35,1%
Brasil	36,4%

Fonte: CNseg (2018b).

3.2.4 Índice de Concentração do Mercado (Ambiente Competitivo)

O mercado segurador vem atravessando diversas fusões e aquisições o que aumenta significativamente a concentração de arrecadação conforme a Susep (2017). Esta maior concentração não surpreende devido aos processos ocorridos entre 2006 e 2012. A tabela 5 exemplifica o processo de concentração de prêmios experimento pelo mercado segurador no século XXI.

Tabela 5 - Concentração de Arrecadação (Prêmios Diretos).

	2001	**2006**	**2012**	**2016**
Participação das 10 maiores empresas	60%	58%	67%	70%
Participação das demais empresas	40%	42%	33%	30%

Fonte: Superintendência de Seguros Privados (2017, p. 14).

3.2.5 Comercialização e Corretores

No Brasil a lei determina que somente os Corretores de Seguros podem comercializar seguros. Porém, algumas empresas, detêm corretoras de seguros cativas, ou seja, são pessoas jurídicas que em geral somente comercializam seguros para as seguradoras.

Conforme a Federação Nacional dos Corretores de Seguros (2018), o Brasil conta com 95 mil corretores de seguros, sendo que 60 mil são pessoas jurídicas e 35 mil pessoas físicas.

Segundo a CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, PREVIDÊNCIA PRIVADA E VIDA, SAÚDE COMPLEMENTAR E CAPITALIZAÇÃO (2018b), as despesas de comercialização cresceram no período de 2013/2017 o percentual de 46,7% enquanto a arrecadação no mesmo período cresceu 47%, sugerindo estabilidade nas comissões pagas aos corretores de seguros.

Conforme a tabela 6, as empresas de seguros tiveram o maior incremento em despesas de comercialização foram as empresas de seguros e as empresas de saúde suplementar, sendo 52,9% e 51,7% respectivamente.

Tabela 6 - Variação da despesa de comercialização por tipo de empresa.

Tipo de Empresa	*Crescimento ou (Decrescimento) 2017/13*
Capitalização	-37,7%
EAPC	4,5%
Seguradora	52,9%
Saúde Suplementar	51,7%
Mercado Segurador	46,7%

Fonte: CNseg (2018b).

Segundo constata a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Complementar e Capitalização (2017a), a maior parte do volume de receita arrecadado pelos corretores, em 2016, é no seguro de automóvel, conforme demonstra a tabela 7.

Tabela 7 - Composição do volume de prêmios gerados pelas corretoras.

Ramo	Percentual
Automóvel	56%
Vida	12%
Ramos Elementares (Propriedades)	14%
Saúde	9%
Demais	9%

Fonte: Fenacor (2017a).

3.3 Insurtechs e Novas Tecnologias (Ambiente Tecnológico)

Conforme aponta Nicoletti (2017), as *Fintechs*, empresas financeiras ligadas a tecnologia, estão remodelando a indústria de serviços financeiros provendo o mercado com

uma proposta de valor inovadora apoiadas por estratégias voltadas para o futuro e modelos de negócios de ponta.

Por se tratar de um novo e poderoso ator econômico, e a exemplo das *Fintechs*, as Insurtechs [*insur* = *insurance* (seguro) + *tech* = *technology* (tecnologia)], estão iniciando suas atividades no mercado de seguros, utilizando-se das mais variadas tecnologias para criar uma nova proposta de valor. Cappiello (2018), afirma que, as *Insurtechs* podem representar uma ameaça para as empresas tradicionais de seguros.

Contudo, ainda conforme lembrado por Cappiello (2018), uma dramática desintermediação que poderia implicar em uma grande inovação no modelo de negócios ainda não ocorreu.

As Insurtechs são um fenômeno mundial conforme lembra Anderson et al (2018). Em mercados maduros, como a Europa, existem empresas tradicionais e consolidadas como a Allianz e a Generali, porém, esta realidade já está mudando com a chegada de novos entrantes como a Check24, WeFox e TreeFin que pretendem simplificar o processo de contratação de seguros.

Contudo, os grandes mercados para as Insurtechs são as economias em desenvolvimento, por exemplo, a China é a líder mundial em Insurtechs, pois 92% de todas as vendas de seguros são *online*. Gigantes de tecnologia como a Baidu, Alibaba, Tencent e Jongdong estão liderando as vendas de seguros online (ANDERSON et al, 2018).

Conforme verificado por Anderson et al (2018), ignorar a força dos novos entrantes por parte dos operadores do mercado é um erro grave. Trata-se inegavelmente de uma nova força do setor. Seria um erro, porém, atribuir a eles toda inovação ocorrida nos últimos anos. Ainda assim, reveste-se de particular importância o seu acompanhamento.

Segundo Anderson et al (2018), é inegável a vocação das Insurtechs em melhorar a experiência de compra do cliente. A jornada de compra do cliente pode ser enriquecida através de um novo processo de subscrição ou ajudando os avaliadores de sinistros a terem uma decisão rápida sobre um processo. Contribui-se também para a jornada do cliente o lançamento de novos produtos que sem a ajuda da alta tecnologia seriam impossíveis. Trata-se sem sombra de dúvidas de uma nova era para os consumidores de seguros.

Diante deste cenário, as novas tecnologias que despontam como propulsoras da inovação em seguros, conforme Accenture (2017), Gartner (2017), McKinsey & Company (2017a) e Anderson et al (2018), são:

3.3.1 Inteligência Artificial (AI)

Através da inteligência artificial, ou aprendizagem de máquina, já é possível mitigar riscos instantaneamente, criar algoritmos de subscrição, aprender como agem os fraudadores.

Por exemplo, as empresas podem aumentar a conectividade com os seus clientes através de consultores robôs que analisam o perfil de risco do proponente e podem recomendar o melhor seguro para cada situação.

Conforme Accenture (2017), quase metade dos investimentos em Insurtechs, em 2016, foram em inteligência artificial (AI) e internet das coisas (IoT).

Conforme exemplifica McKinsey (2016a), o aplicativo chamado SPIXII realiza exatamente este tipo tarefa, respondendo através de perguntas e questões a maior parte das dúvidas dos compradores de seguros.

Segundo Gartner (2017), a inteligência artificial existe desde a década de 1960, com uma série de aplicações, por exemplo, redes neurais e árvores de decisão. Porém, somente a partir da década de 2010, com o advento da aprendizagem não supervisionada é que diversas aplicações se tornaram possíveis, como por exemplo, os assistentes pessoais.

3.3.2 Big Data e Dados nas Nuvens

Repositórios cada vez maiores de dados permitem às empresas de seguros redesenharem os seus processos através do histórico completo das transações e interações realizadas pelos seus segurados, corretores e prestadores de serviços.

Como um grande volume de dados é possível, conforme comenta Lehmann (2018), entender como as mudanças climáticas estão afetando os riscos segurados, ou mesmo, conforme a recente controvérsia com a empresa Cambridge Analytica’s usar as informações de mídias sociais sem permissão do segurado para entender melhor o comportamento de risco. A pergunta levantada pelo Lehmann (2018), é sobre o quanto uma variável de precificação ou aceitação neste caso é justa ou não.

Conforme comentado por Anderson et (2018), a utilização de big data, combinada com a internet das coisas, levará o mercado de seguros de automóvel, da estimação do risco e da distribuição de seguros para o engajamento do segurado. Ou seja, através de

técnicas de gamificação incluindo a teoria da competição e as mídias sociais será possível comparar um condutor com outro da sua mesma categoria e criar um *score* entre eles.

Outra grande utilização do Big Data está na área de seguros de vida, conforme exemplificado por Anderson et al (2018). Recentemente analisaram o DNA completo de 13.000 pacientes tentando descobrir as causas de uma certa doença degenerativa, incluindo-se 3.000 mortes e descobriram quais são os biomarcadores para esta doença. Exames simples já podem detectar estes biomarcadores, fornecendo para as seguradoras elementos precisos de precificação do seguro de vida.

3.3.3 Internet das Coisas (IoT)

Através de dispositivos conectados à internet já é possível, por exemplo, monitorar a saúde de um indivíduo à distância, verificar como uma pessoa está conduzindo o seu veículo ou como está a segurança da sua residência.

Conforme lembrado por McKinsey (2016a), a Insurtech Onsurance recomenda um seguro de automóvel personalizado conforme os hábitos de condução do cliente, baseado em um aparelho chamado Mojio que é instalado no veículo dos proprietários, onde são colhidos informações e hábitos de direção que por sua vez são armazenadas nas nuvens.

Ainda sobre a direção, os automóveis que estão em desenvolvimento e não necessitam de condutores, utilizam-se majoritariamente da internet das coisas e da inteligência artificial. Por exemplo, conforme comenta Gartner (2017), uma câmera conectada à internet, utilizando-se da inteligência artificial, e da informação armazenada nas nuvens pode decidir o caminho programado pelo seu passageiro.

3.3.4 Blockchain

Atualmente o blockchain é utilizado largamente pelas Fintechs, empresas financeiras ligadas à tecnologia, porém as seguradoras podem utilizar desta tecnologia, uma vez que os custos administrativos podem ser drasticamente reduzidos. Da mesma forma a prevenção à fraude e a precificação são impactadas positivamente.

O Blockchain é a transação realizada sem intermediários, e conforme lembrado por McKinsey & Company (2017a), surgiu em 2009 para auxiliar a implantação do Bitcoin

(moeda virtual), onde os registros são processados em rede e de forma descentralizada. Estas transações podem referir-se ao pagamento de uma dívida, ao pagamento de uma indenização de seguros, ou a compra de um imóvel.

Conforme Anderson et al (2018), o uso massivo do Blockchain, devido a sua característica de rastreabilidade das transações e transparência contábil, permitirá o surgimento e a maturidade de empresas de seguros “Peer-to-Peer” ou (P2P), onde todos são donos da empresa e responsáveis pelos seus resultados, por exemplo, a Dynamis dos EUA, ou a empresa de micro seguros a italiana a Helperbit.

Empresas grandes e consolidadas estão adotando o blockchain, por exemplo, a AXA recentemente adquiriu um Banco e implantou esta tecnologia em suas transações de seguros.

Conforme explica McKinsey & Company (2016b), dado que não existem intermediários nas transações, o uso do blockchain permitirá grande economia em despesas administrativas pelas seguradoras, conduzindo sem sombra de dúvida em um avanço considerável na transparência e rastreabilidade da utilização de recursos.

3.3.5 Experiências Imersivas (Realidade Virtual e Realidade Aumentada)

Segundo a KPMG (2017), realidade aumentada (AR) é a tecnologia que insere dentro da realidade uma imagem ou conjunto de imagens criadas por computador. Já realidade virtual (VR), são imagens tridimensionais criadas em computador que podem interagir com uma pessoa utilizando-se de equipamento especial, como máscaras, óculos ou luvas, por exemplo.

Conforme argumenta Gartner (2017), a realidade aumentada (AR) ou também a realidade virtual (VR), estão mudando a maneira como as pessoas percebem e interagem com o mundo digital. Trata-se sem sombra de dúvida de uma nova fronteira com inúmeras aplicações até o momento inexploradas.

Para a indústria de seguros as aplicações podem ser inúmeras: por exemplo, a AXA Seguros já utiliza VR em peças publicitárias e a Zurich Seguros em treinamentos internos (KPMG, 2017).

Outras utilidades também exemplificadas pela KPMG, são a adoção de realidade virtual para simular acidentes, conforme a Liberty Seguros já usa, ou para aplicações de regulação de sinistros e subscrição de apólices.

3.3.6 Drones

Segundo a Agência Nacional de Aviação Civil (2018), drones ou vants (veículos aéreos não tripulados) são aeronaves com alto grau de automatismo. De forma geral descreve uma aeronave não tripulada.

Os drones possuem inúmeras utilidades, por serem aeronaves não tripuladas, podem chegar a lugares inapropriados ou difíceis para os seres humanos, por exemplo, zonas alagadas ou radioativas.

Conforme Digital Insurance (2017), a empresa de seguros Allstate, dos Estados Unidos, desenvolveu em seis meses um sistema de regulação de sinistros que é capaz de analisar áreas afetadas por catástrofes. Esta inovação foi capaz de aumentar a produtividade dos processos de sinistro entre 50% e 60%.

Este exemplo não deixa dúvidas de quanto os drones podem revolucionar as operações de seguros.

3.3.7 Smartphones

Os celulares com boa capacidade computacional estão em toda parte. Os Smartphones, como são chamados, estão revolucionando o meio como a sociedade moderna faz negócios. Com a indústria de seguros não poderia ser diferente.

Conforme a pesquisa realizada pela Cambridge Mobile Telematics (2017), 73% das pessoas que compram seguros de automóvel no Reino Unido declararam preferir ter o prêmio do seu seguro baseado em seus hábitos de direção. Trata-se, sem sombra de dúvidas, de uma das grandes revoluções na precificação em seguros. Os mesmos respondentes preferem este tipo de análise (hábitos de direção) para suas apólices às formas tradicionais de análise, como por exemplo, *score* de crédito ou endereço.

Os hábitos de direção são coletados através de programas instalados em smartphones, que devido a sua sensibilidade, capitam como o motorista está dirigindo, ou se está até mesmo digitando no aparelho enquanto dirige.

Tudo isto, se transforma em capacidade analítica, que por sua vez, cria o comportamento de risco deste motorista, fornecendo parâmetros para que a seguradora precifique este risco.

No Brasil, conforme o Conexão Fintech (2017), a Thinkseg é a primeira Insurtech brasileira 100% *mobile*, que gera dados para as seguradoras exatamente nos moldes acima mencionados.

3.3.8 Redes Sociais

As redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram, já há algum tempo, se tornaram onipresente no mundo moderno. Cada vez mais, pessoas e mais pessoas se conectam através das redes sociais. Quer por lazer ou profissionalmente, como o LinkedIn, as conexões sociais também já se tornaram uma fonte de negócios e lucros.

Segundo comenta McKinsey & Company (2017a), as empresas podem vender seguros de uma forma simples utilizando de redes sociais. Para isto basta entenderem, através de *posts* em suas redes, as preferências dos seus potenciais clientes, e a partir deste dado criar pontos de contato para que a venda seja efetuada.

Outra questão levantada por McKinsey & Company (2017a) são as necessidades dos clientes. Para vender seguros, as empresas necessitam entender as dores, as aspirações e as motivações deste cliente. Para que o entendimento do comportamento do cliente seja alcançado, é necessário criar um repositório de *insights*. Este repositório pode se construído através do monitoramento deste cliente “*on line*” e “*off line*”. Empresas como a Pega Systems e a ClickFox já fornecem este tipo de serviço.

A utilidade da rede social também pode auxiliar as empresas em detecção de fraudes, onde por exemplo, um segurado reclama um sinistro em determinado lugar e realizou um *post* em outro local distante, ou aquela pessoa que se faz passar por doente e viaja realizando posts da sua viagem.

Outro exemplo de auxílio da rede social é na detecção de comportamento de risco, facilitando assim, a análise do perfil de risco de um proponente a seguro.

Segundo o Conexão Fintech (2017), na sua sessão destinada às Insurtechs, algumas das principais empresas do setor brasileiro são:

Quadro 8 - Principais Insurtechs do Brasil.

Empresa	Tipo de Serviço / Área de Atuação
1. Mutual.life	Empresa de auto seguro compartilhado. Sendo uma mutal os seus usuários pagam pelos sinistros do grupo.
2. Youse	Seguradora da Caixa Econômica Federal que pratica a venda direta de seguros pela Internet.
3. Thinkseg	Empresa de tecnologia que utiliza de telemetria para medir o comportamento do segurado de automóveis enquanto dirige e desta forma pode negociar preços melhores com as seguradoras.
4. Next One	Aplicativo de vendas de seguros on line, onde as imobiliárias fazem o papel do corretor de seguros. Com este aplicativo a capilaridade do sistema de vendas aumenta consideravelmente.
5. Kakau Seguros	Empresa de seguros que utiliza amplamente da inteligência artificial, o que permite uma melhor precificação e promete criar seguros a preços mais competitivos e justos. A principal propaganda da empresa é a inclusão social.
6. Examine Já	Site voltado a área de saúde, onde o associado pode contar com uma rede de serviços, consultas e exames mais baratos utilizando-se do sistema *pey per use*.
7. Minuto Seguro	Trata-se de uma corretora de seguros, pioneira na venda de seguros on line.
8. Segurize	Corretora de seguros digitais que trabalha no sistema de indicação. A cada cliente indicado quem indicou ganha uma bonificação.
9. Sossego	Empresa prestadora de serviços aos corretores de seguros. Trata-se de uma plataforma que promete ajudar nos trabalhos de atendimento ao segurado e desta forma liberar o corretor para novas vendas.
10. Net Bee	Trata-se de uma rede de proteção ao roubo de veículos.

Fonte: Conexão Fintech (2017).

Conforme citado em Camara-e.net (2017), o Brasil contou ao final de 2017 com 40 Insurtechs mapeadas pela instituição. Número este 60% maior do que quando o mapeamento começou a ser realizado no início do mesmo ano.

Conforme Insurtech News (2016), as Insurtechs que estão transformando a forma de se fazer seguros nas Américas encontram-se discriminadas no Quadro 9. Observa-se que dentre as sete principais duas são brasileiras.

Quadro 9 - Principais Insurtechs nas Américas.

Empresa	Tipo de Serviço / Área de Atuação
1. Trov	Empresa de seguros sob demanda, o usuário pode fazer em um único pacote todos os seus seguros, por exemplo, microcomputador, smart fone e bicicleta.
2. Hixme	Seguro saúde para empresas, promete custos muito inferiores aos praticados no mercado oferecendo soluções customizadas aos empregados.
3. Bidu	Corretora de seguros brasileira que utiliza de inteligência artificial na comercialização de produtos
4. Easecentral	Plataforma de administração de benefícios para empresas, tais como, seguros de vida e saúde.
5. Tacerto	Corretora Brasileira de seguros on line.
6. Insurify	Plataforma de venda de seguros on line. Caso o cliente deseja entrar em contato com um vendedor ele deve tirar uma foto da carteira de motorista e enviar ao sistema.
7. Lemonade	Uma das principais Insurtechs do mundo. Trata-se de uma empresa de seguros que vende diretamente aos seus clientes, promete cotações e pagamentos em minutos. Utiliza-se largamente de tecnologia para oferecer seguro mais barato.

Fonte: Insurtech News (2016).

Uma vez contextualizado o tema e o referencial teórico, deve-se avançar para o próximo capítulo, o método e natureza de pesquisa, etapa onde serão traçadas as estratégias chave para resposta do problema de pesquisa.

4 MÉTODO E NATUREZA DE PESQUISA

4.1. Enfoque da Pesquisa

Método é o conjunto das atividades sistemáticas, que permite gerar o objetivo de produzir conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, reduz os erros e auxilia a decisão do pesquisador (MARCONI; LAKATOS, 2017).

Conforme lembra Vergara (2015), “teoria e método são interdependentes. Ambos buscam realizar o objetivo da pesquisa, seja ele, explicar, descobrir, compreender, predizer determinado fenômeno”. Assim sendo, após a definição do problema de pesquisa, objetivo geral e específico, paradigma e revisão da literatura, faz-se necessário ao pesquisador apresentar o método que norteará a condução da pesquisa proposta.

Como Vergara (2015, p.3) assevera, “metodologias são esquemas de resolução de problemas que diminuem a distância entre a imagem sobre o fenômeno e o próprio fenômeno”.

Sendo o método a intervenção pessoal e consciente do pesquisador para realizar o papel cognitivo da teoria, conforme lembra Vergara (2015) e conforme observado por Matias-Pereira (2012), muitas vezes, o pesquisador não atinge o objetivo final do trabalho, sendo que isto se dá em grande parte pelo descuido na opção pelo método.

A natureza da pesquisa, em todas as suas fases, será aplicada, pesquisa bibliográfica e exploratória qualitativa e quantitativa, uma vez que, utiliza os conhecimentos adquiridos na pesquisa básica para resolução de problemas específicos e desta forma aplica os conhecimentos adquiridos (NIELSEN; OLIVO; MORILHAS, 2018).

Para Wright e Giovinazzo (2000), o método Delphi consulta especialistas a respeito de eventos futuros, diversas vezes, até que se chegue a um consenso, pressupondo-se que o consenso coletivo, quando bem organizado é melhor do que o julgamento individual.

Para Wright, Kroll e Parnell (2007, p. 77):

> Em determinados casos, a **técnica Delphi** pode ser utilizada para prever o futuro. Se a tendência a ser prevista está em um campo específico, então especialistas naquele campo podem ser identificados e interrogados, sobre a probabilidade de a tendência ocorrer.

Para Coelho (2003), o método Delphi explora a experiência coletiva dos membros de um grupo sem os vieses cognitivos deste mesmo grupo dado algumas características,

como o anonimato entre os membros respondentes, a interação com o feedback controlado e respostas estatísticas que reduzem a dispersão significativa ao final do exercício.

A escolha da metodologia Delphi é confirmada segundo Wright e Giovinazzo (2000), devido as perspectivas de mudanças estruturais no setor e a necessidade de uma abordagem interdisciplinar.

4.2. Descrição das Etapas da Pesquisa

A pesquisa foi dividida em duas etapas distintas, a primeira e a segunda etapas foram exploratórias, as etapas são complementares e essenciais para a resposta do problema da pesquisa, definido anteriormente no item ‘1.2. Problema da Pesquisa’.

4.2.1 Etapa Número 01 – Pesquisa Bibliográfica e em Dados Secundários

Para melhor se contextualizar e diagnosticar o problema, foi realizada pesquisa bibliográfica em artigos, revistas e periódicos, assim como, estudos de importantes consultorias do mercado, tais como McKinsey&Company, Insurance Information Institute e Deloitte onde foram levantadas as tendências emergentes na indústria de seguros. Também foram utilizadas publicações da Confederação Nacional de Seguros CNSeg e suas Federações.

4.2.2 Etapa Número 02 – Primeira Rodada - Pesquisa junto aos Especialistas do Setor

Uma vez delimitada a situação, e para subsidiar a próxima fase, foi realizada, no mês de outubro de 2018, junto a executivos da indústria de seguros, sendo a sua maioria participantes das comissões temáticas e técnicas da CNSeg e suas Federações, uma pesquisa semiestruturada de objetivo exploratório e de abordagem qualitativa e quantitativa, com o propósito de construir conhecimento para compreensão do tema e seus constructos, onde foram respondidas as seguintes perguntas:

- Qual é a percepção dos profissionais de seguros em relação às tecnologias emergentes, tais como big data, "*inteligência artificial*" ou aprendizado de máquina, internet das coisas;
- Qual a percepção destes executivos sobre como estas novas tecnologias podem afetar os seus negócios;
- Como os executivos de seguros percebem os novos consumidores de seguros, principalmente as gerações Z e Alpha;
- Como os executivos de seguros percebem a mudança no comportamento de seguros para os próximos 11 anos;

Conforme lembram Nielsen, Olivo e Morilhas (2018), a escolha da **abordagem qualitativa** é fundamentada no caráter exploratório em profundidade do tema pesquisado, com perguntas, 'como' ou 'porque'.

A opção pela pesquisa qualitativa também é orientada conforme Matias-Pereira (2012), onde a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo qualitativo.

Ainda conforme Nielsen, Olivo e Morilhas (2018), a escolha da **abordagem quantitativa** tem como objetivo a exploração de um fenômeno em sua amplitude. Desta forma, busca-se descrever e mensurar o problema de pesquisa.

Segundo Creswell (2016), estudando-se uma amostra, é possível entender através da descrição numérica tendências, atitudes ou opiniões de uma população.

Os dados serão analisados de forma indutiva, pois colocará a generalização como um produto posterior ao trabalho de coleta de dados. (MATIAS-PEREIRA, 2012).

4.2.2.1 – Unidade de Análise

O pesquisador, enviou a pesquisa para a Confederação Nacional de Seguros Privados, o principal sindicato patronal das empresas de seguros no Brasil, congregando mais de 90% dos prêmios arrecadados na indústria, a pesquisa foi enviada para as diversas comissões, por exemplo, financeira, técnica, RH e tecnologia da informação.

Sendo o caráter do trabalho, a prospecção de tendências, a escolha da amostra pautou-se pelo cunho atuante dos profissionais que se envolvem nas diversas comissões

da Confederação Nacional de Seguros Privados, atendendo-se, o critério de representatividade do universo de executivos pesquisados.

4.2.2.2 – Coleta de Dados

Aos selecionados, foi enviado um e-mail, explicando que, devido à importância daquele profissional, ele foi selecionado para uma pesquisa de prospecção de tendências de seguros e terá a oportunidade de fazer parte da construção de um cenário para o segmento em que atua. Sendo esta técnica comumente chamada de "*teaser*", a principal intenção é criar uma curiosidade ou "isca" ao respondente participante e, assim, aumentar as chances de resposta do grupo selecionado. Foi explicitado ao grupo o caráter de confidencialidade do questionário.

Foram abordados 200 profissionais de seguros, sendo 139 o número de respondentes, 95% dos questionários foram completos integralmente e o tempo médio de resposta foi de 5 minutos.

O resultado do questionário foi analisado por meio de Excel, e assim ciaram-se criar médias, medianas e quartis em torno das opiniões e da amostra estudada.

4.2.3 Etapa Número 03 – Segunda Rodada - Pesquisa junto aos Especialistas do Setor

Cumpridas a Primeira Rodada da pesquisa, e para subsidiar a análise dos resultados e a conclusão, durante o mês de janeiro de 2018 foi realizada uma pesquisa de objetivo exploratório, e abordagem quantitativa e qualitativa. O propósito foi identificar de forma prospectiva, com um grupo de líderes qualificados do mercado de seguros, os resultados da pesquisa realizada na primeira rodada, bem como delinear as tendências para a indústria de seguros em 2030.

Nesta etapa, a modalidade de análise dos dados coletados foi empírico-analítica onde, conforme observado por Matias-Pereira (2012), as suas propostas possuem caráter técnico, restaurador, incrementalista e de forte preocupação com a relação causal entre variáveis, onde se privilegia os estudos práticos.

4.2.3.1 – Unidade de Análise

O pesquisador, enviou para o mesmo grupo de comissões temáticas e técnicas das comissões da CNSeg e suas Federações e para executivos do mercado segurador de alto nível executivo, como por exemplo, Diretores Financeiros, Técnicos e Presidentes de Empresas, expondo trata-se de uma segunda rodada da pesquisa realizada em outubro de 2018.

4.2.3.2 – Coleta de Dados

Visando testar previamente a navegabilidade, a clareza das perguntas e a profundidade das respostas, o segundo questionário foi lançado inicialmente, em fase de teste controlado, durante os dias dois e cindo de janeiro para cinco Diretores que opinaram sobre a sua experiência como participante.

Após colhida as impressões dos cinco Diretores, alguns ajustes foram efetuados, tais como, tamanho e posicionamento da caixa de resposta.

Vencida a fase de teste controlado, foram abordados 250 profissionais de seguros, sendo 102 o número total de respondentes, 79% dos questionários foram completos integralmente e o tempo médio de resposta foi de 21 minutos. Conforme Wright e Giovinazzo (2000), por se incorporar novas perguntas, o segundo questionário é normalmente mais extenso do que o primeiro.

4.3 Quadro resumo da metodologia

Quadro 10 - Resumo da metodologia.

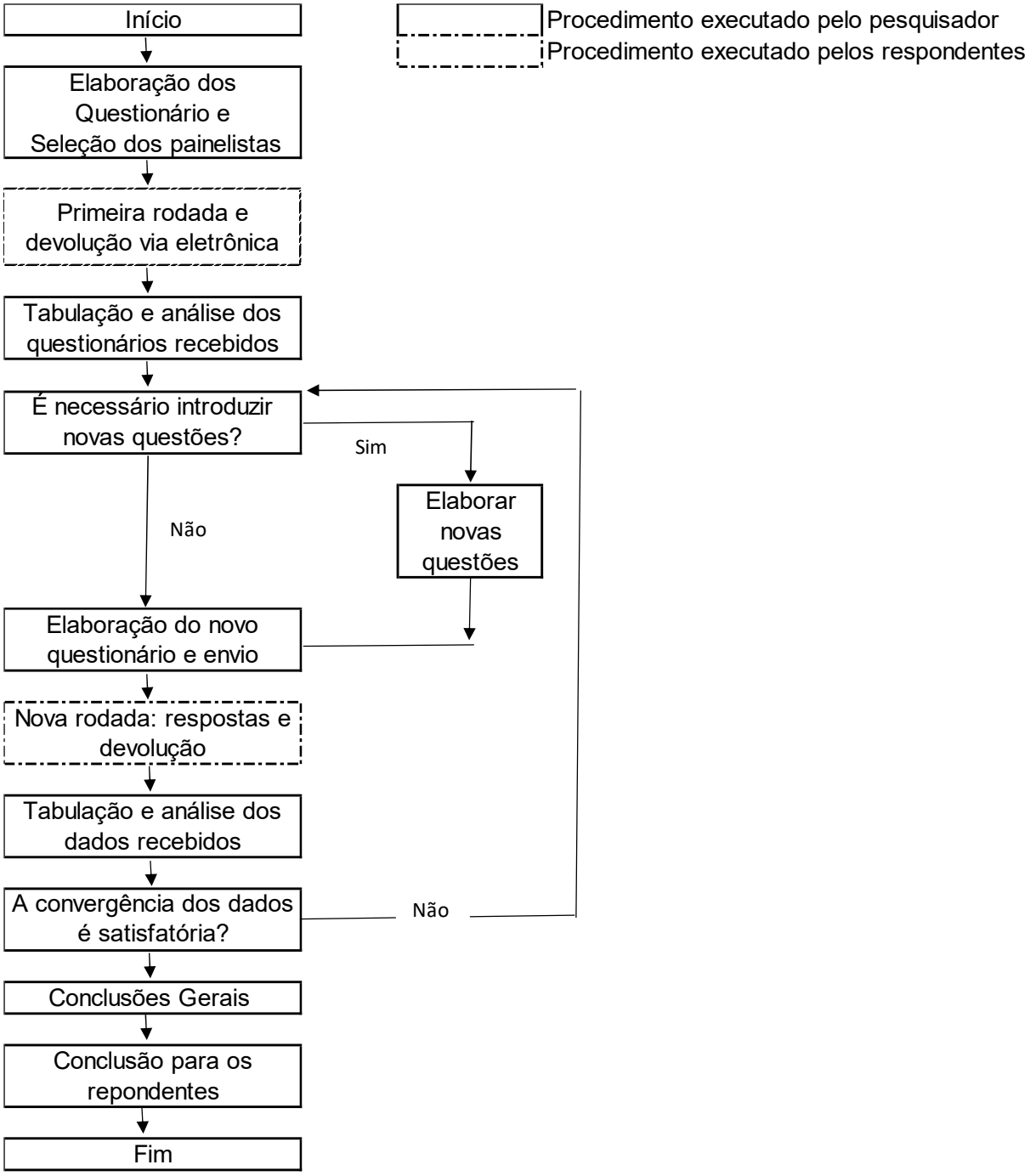
Etapa 01	
Abordagem da pesquisa	Qualitativa
Objetivo	Exploratória, visando familiarização com o problema de pesquisa.
Unidades de análise	Pesquisa Bibliográfica em jornais, revistas e artigos
Período de coleta de dados	Agosto e setembro de 2018

Etapa 02	
Abordagem da pesquisa	Quantitativa e Qualitativa
Objetivo	Verificar se existe alinhamento com os resultados obtidos na etapa 01 e desta forma prospectar tendências para a indústria de seguros no ano de 2030
Unidade de análise	Primeira rodada de pesquisa com 200 executivos, majoritariamente das comissões temáticas e técnicas da CNSeg e das suas Federações. Segunda rodada de pesquisa com 250 executivos, preferencialmente participantes das comissões temáticas e técnicas da CNSeg e suas Federações e Profissionais de Nível C "***Chief***" de empresas da cadeia de Seguros.
Coleta de dados	Questionário semiestruturado com perguntas abertas e fechadas.
Período de coleta de dados	Outubro e janeiro de 2019

Fonte: Elaborado pelo autor

Para melhor visualização do processo de coleta e análise dos dados e conforme Wright e Giovinazzo (2000), o esquema de execução da pesquisa encontra-se detalhado abaixo na figura 2:

Figura 2 - Sequência de execução da pesquisa Delphi.



Fonte: Wright e Giovinazzo (2000).

Vencida da fase de estruturação e execução da pesquisa, no próximo capítulo serão estudados os resultados obtidos, os quais subsidiarão o capítulo de conclusões.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Conforme lembram Nielsen, Olivo e Morilhas (2018), a função do capítulo 5 é analisar os resultados nos questionários aplicados, entrevistas ou dados secundários, partindo-se da base do referencial teórico apresentado no capítulo 2. Tal suporte dará condições ao pesquisador responder à pergunta central da pesquisa no Conclusões.

5.1. Perfil demográfico dos respondentes

A primeira rodada durou todo o mês de outubro de 2018, foram convidados 190 participantes, majoritariamente oriundos das comissões temáticas e técnicas da CNSeg e das suas Federações. 139 (73%) dos convidados acessaram a plataforma, sendo que 135 pessoas (71%) se habilitaram respondendo ao menos alguma pergunta.

O perfil dos respondentes da primeira etapa encontra-se abaixo descrito:

5.1.1 Sexo dos respondentes

Quadro 11 - Sexo.

Sexo	**Frequência %**
Feminino	35
Masculino	65
Total	100

Fonte: Dados de Pesquisa

5.1.2 Faixa etária dos respondentes

Quadro 12 - Faixa etária.

Idade	Frequência %	
	Masculino	Feminino
Menor de 20 anos	2	0
de 20 até 29 anos	9	11
de 30 até 39 anos	30	28
de 40 até 49 anos	41	41
de 50 até 59 anos	11	15
de 59 até 60 anos	6	3
acima de 60 anos	1	2
Total	100	100

Fonte: Dados de Pesquisa

Observa-se conforme o quadro 12 que a maior parte dos respondentes, tanto do sexo masculino quanto feminino estão na faixa etária dos 30 até os 59 anos, o que colabora com a sugestão de senioridade do grupo pesquisado.

5.1.3 Empresa de Atuação

Quadro 13 - Empresa de Atuação.

Empresa de atuação	Frequência %	
	Masculino	Feminino
Seguradora	92	88
Associação de Classe	2	12
Prestador de Serviços	5	0
Corretora de Seguros	1	0
Total	100	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Observa-se que a grande maioria dos respondentes trabalham em empresas de seguros e a segunda maior participação entre os respondentes do sexo feminino trabalham na associação de classe (CNSeg ou suas Federações), o que demonstra que a pesquisa desperta interesse dos participantes qualificados do mercado segurador.

5.1.4 Cargo

Quadro 14 - Cargo por Sexo.

Cargo	Frequência %		
	Masculino	Feminino	Total
Analista / Técnico	10	19	13
Especialista / Coordenador	16	19	17
Gerente	36	34	35
Superintendente	15	9	13
Diretor / Presidente	21	19	20
Sócio	2	0	1
Total			100

Fonte: Dados da Pesquisa

Observa-se que 68% dos respondentes ocupam os cargos de gerência, superintendência ou diretoria, o que colabora com o pressuposto de senioridade do grupo pesquisado.

5.1.5 Ramo de Atuação

Quadro 15 - Ramo de Atuação.

Ramo de Atuação Principal	Frequência %
Capitalização	1
Diversas linhas - Exclusive Vida e Previdência	25
Diversas linhas - Inclusive Vida e Previdência	32
Seguros de Pessoas (por exemplo, Automóvel e Res	11
Seguros de Propriedades e Responsabilidades (por	14
Seguros Financeiros (Garantia, D&O e E&O)	6
Vida e Previdência	11
Total	

Fonte: Dados da Pesquisa

Observa-se que a distribuição do ramo de atuação dos respondentes é heterogênea, o que contribui para que não ocorram vieses de algum ramo de atuação específico comprovando-se correta a estratificação da amostra estatística. Nota-se também, que os ramos como menor participação são os justamente que obtém menor participação em prêmios arrecadados na indústria de seguros.

5.2. Análise dos resultados – PESTEL E 5 FORÇAS

As perguntas foram efetuadas visando-se a análise de tendência PESTEL e Cinco Forças para o ano de 2030. Em muitos pontos observou-se convergência entre as duas rodadas, porém, em alguns pontos novas questões emergiram e serão discutidas a seguir:

5.2.1 Análise do Ambiente Tecnológico – Novas Tecnologias

Durante a primeira rodada, na escala de 01 a 05, sendo que 05 é muito relevante e 01 é pouco relevante, os profissionais de seguros apontaram as seguintes tecnologias como muito relevantes nos próximos anos, conforme quadro 16.

Os percentuais são maiores do que 100, uma vez que, a nota sobre a relevância da tecnologia poderia ser atribuída de forma individual.

Quadro 16 - Tecnologias mais relevantes para a Indústria de Seguros.

Tecnologias mais relevantes nos próximos anos - 2030	5 - Muito Relevante	4	3	2	1 - Pouco Relevante
Big Data	77,0	15,0	3,0	3,0	2,0
Smart phones	74,4	17,3	7,5	0,8	0,0
Inteligência Artificial	65,4	24,8	8,3	0,8	0,8
Internet das Coisas (IoT)	51,1	32,3	12,8	2,3	1,5
Redes Sociais (Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp)	46,6	33,1	16,5	3,8	0,0
Blockchain	46,2	31,1	14,4	5,3	3,0
Drones	29,2	30,8	21,5	12,3	6,2
BitCoin / Criptomoedas	18,9	14,4	32,6	21,2	12,9

Fonte: Dados da Pesquisa

Quanto a este item a relevância foi convergente na segunda rodada, dado que 78% dos respondentes concordaram com a ordem das tecnologias indicadas.

Alguns comentários interessantes surgiram nesta rodada conforme abaixo transcritos:

1. Acredito que Redes Sociais terão um impacto maior que inteligência artificial.
2. Blockchain em segundo lugar.
3. Apenas na questão relacionada ao blockchain, entendo que em conjunto com big data são os pontos mais impactantes.
4. Big data e smartphone já são realidades, acho que é o blockchain e IA serão os divisores de águas no setor nos próximos anos.
5. Não concordo com Blockchain e drones nas últimas posições. Blockchain deve trazer grandes otimizações e melhorias com bases de dados compartilhadas. Os drones devem ser muito importantes na regulação de sinistros nos próximos anos (envio de drones ao local do sinistro para captar as informações necessárias à sua regulação).
6. Big data, aliado a inteligência artificial vão alterar a maneira que a análise de risco é feita, deixando as análises mais objetivas, mais precisas e com menor necessidade de analistas. Considero essas duas as mais relevantes, seguidas por Iot. Considero também que blockchain terá mais relevância para a indústria do que redes sociais dado que permitirá a liquidação de sinistros de maneiras mais rápidas.

Analisando-se a figura 03 abaixo, onde foram contadas as quantidades de palavras no campo comentários, percebe-se que uma maior frequência dos termos Blockchain e Big Data.

Figura 3 - Nuvem de palavras campo comentários.

Fonte: Dados da Pesquisa

5.2.2 Análise do Ambiente Tecnológico – Insurtechs (Poder de Barganha dos Compradores, Ambiente Tecnológico e Novos Entrantes).

Na primeira rodada, 56% dos participantes concordaram plenamente que as Insurtechs (empresas de Seguros ligadas à Tecnologia) ganharão espaço na Indústria de Seguros.

Quadro 17- Nível de concordância sobre o aumento das Insurtechs.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordânica	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
As Insurtechs (empresas de Seguros ligadas à Tecnologia) ganharão espaço na Indústria de Seguros	56	37	7	1	0

Fonte: Dados da Pesquisa

Na segunda rodada 94% dos respondentes concordaram com o resultado da segunda pesquisa, o que demonstra convergência nas percepções entre a primeira e a segunda rodada.

5.2.3 Disrupção (Poder da Barganha dos Compradores, Ambiente Tecnológico e Novos Entrantes).

Na primeira rodada, 48% dos participantes concordaram plenamente que o mercado securitário vivenciará uma nova forma disruptiva de inovação.

Quadro 18 - Disrupção na Indústria de Seguros.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordânica	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
O mercado securitário vivenciará uma nova forma disruptiva de inovação	48	37	15	1	0

Fonte: Dados da Pesquisa

Na segunda rodada, 85% dos respondentes concordaram com a afirmação da primeira rodada.

Alguns comentários interessantes, conforme abaixo, podem ser observados e colaboram com a sensação de que a disrupção não é tão forte quanto outras tendências apontadas na pesquisa:

1. O mercado securitário é muito antigo com regras muito claras, não há muito espaço para Disrupção.
2. A inovação do Mercado será incremental e não disruptiva.
3. Se pensarmos que o "disruptivo" é como as empresas de tecnologia do Vale do Silício, Israel ou China atuam, acho difícil o mercado segurador ser "disruptivo". A indústria de seguros brasileira é do tipo "follower" e não arrisca para inovar. O que temos aqui são poucas iniciativas copiadas de seguradoras globais que arriscaram e tiveram sucesso. É um contrassenso, mas a indústria de seguros parece só conseguir gerir o risco dos seus clientes, e não o seu próprio risco, envolvido nos processos de inovação.

A análise de nuvem de palavras indica que a inovação como ponto chave da questão, conforme figura 04 abaixo.

Figura 4 - Nuvem de palavras do campo comentário – Pergunta Disrupção.

Fonte: Dados de Pesquisa

5.2.4 Produto substituto (Poder da Barganha dos Compradores, Ambiente Tecnológico e Produto Substituto)

Nesta pesquisa 64% dos participantes afirmaram acreditar em um produto substituto na indústria de seguros.

5.2.5 Simplificação da Forma de se vender seguros para pessoas físicas e Jurídicas - Poder de Barganha dos Compradores e âmbito social.

Na primeira rodada, 70% dos participantes concordam plenamente que a forma de se vender seguros de pessoas físicas será diferente, porém, 30% tem a mesma percepção sobre pessoas jurídicas.

Quadro 19 - Forma de se vender seguros.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordânica	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
A forma de se vender seguros de pessoas físicas será diferente	70	23	7	0	0
A forma de se vender seguros de pessoas jurídicas será diferente	30	40	23	7	0

Fonte: Dados da Pesquisa

Na segunda rodada 80% dos respondentes concordaram com os resultados.

Emergiram comentário interessantes conforme abaixo elencado:

1. A forma de contratação deverá ser mais simples e prática para todos os consumidores, sejam eles pessoas físicas ou jurídicas.
2. Eu acredito que a tendência é unificar e facilitar as relações, estreitar mesmo, de forma produtiva e ágil. Não vejo, ainda, o porquê de ser diferente.
3. Não concordo por entender que tanto para pessoas físicas quanto jurídicas, haverá mudanças significativas na forma de vender seguros, a exemplo do que vem acontecendo em muitos outros ramos, tal como, por exemplo o de administração de imóveis, em que já existem empresas que atuam de forma totalmente conectada, remota e eficiente.

5.2.6 Forma de relacionamento das novas gerações com a Indústria de Seguros – Poder de Barganha dos Compradores e âmbito social.

Na primeira rodada 67% e 65% dos participantes concordam plenamente que as novas gerações (Z e Alpha) se relacionarão e comprarão seguros de uma forma diferente, respectivamente.

Quadro 20 - Novas Gerações.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordânica	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
As novas gerações (Z e Alpha) contratarão seguros de uma forma diferente	65	27	7	1	0
As novas gerações (Z e Alpha) se relacionarão com as Seguradoras de uma forma diferente, não apenas na contratação	67	26	6	1	0

Fonte: Dados da Pesquisa

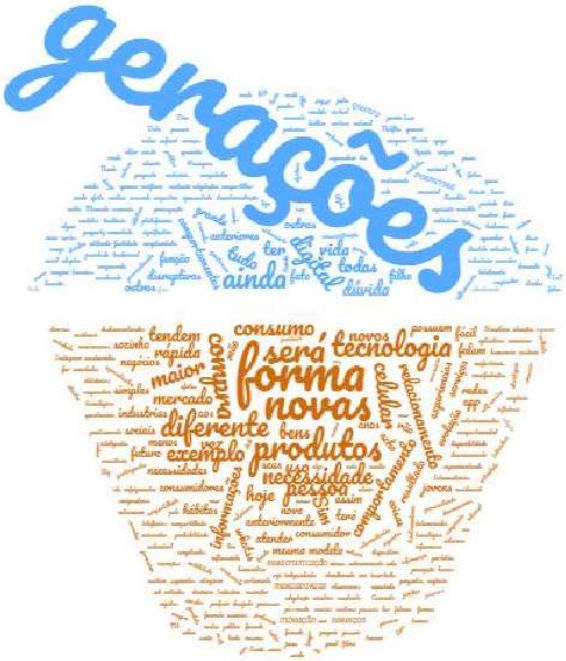
Na segunda rodada 95% dos respondentes concordaram com a afirmação, o que demonstra convergência na percepção da tendência.

Observações importantes foram destacadas nesta questão conforme abaixo:

1. Eles se relacionam com a vida de forma diferente. menos bens, mais experiencias. Isso muda tudo.
2. A evolução tecnológica e a respectiva adaptação comportamental das gerações estão muito rápidas.
3. Sim, sem dúvida, estas gerações praticamente não conhecem outras formas de fazer negócios que não sejam diretos, objetivos, conectados, rápidos e desburocratizados. Mas as gerações anteriores também haverão de aderir a este novo formato. O mercado, sem dúvida, terá que se reinventar.

Na análise da nuvem de palavras, conforme figura 05 abaixo, as palavras mais mencionadas, exceto gerações são, nova, forma, digital, tecnologia e diferente.

Figura 5 - Nuvem de palavras do campo comentário – Novas Gerações.



Fonte: Dados de Pesquisa

5.2.7 Novos produtos na Indústria de Seguros – Poder de barganha dos compradores e âmbito social.

Na primeira rodada 59% dos participantes concordam plenamente que novos produtos despontarão no mercado conforme abaixo demonstrado.

Quadro 21- Novos Produtos.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordânica	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
Novos produtos despontarão no cenário futuro	59,2	33,6	6,4	0,8	0

Fonte: Dados da Pesquisa

Na segunda rodada 89% dos participantes concordaram com esta afirmação, o que demonstra convergência na percepção da tendência.

Observações importantes por parte dos respondentes colaboraram com questão e estão elencadas abaixo:

1. Existem limitações regulamentares a serem superadas para que tenhamos pleno funcionamento da criatividade e inovação. Este mercado precisará passar por uma desregulamentação forte para que produtos inovadores possam impactar o mercado.
2. De produtos de seguros, acho pouco provável. Eu acho mais possível, o volume de apólices de automóvel cair em função dos novos modelos de locomoção aplicados (Uber, carro compartilhado, bicicletas e patinetes)
3. Renovar e inovar produtos é a própria sobrevivência da empresa. Quem não fizer isso está fadado a desaparecer com o tempo.
4. Surgiram novos produtos para atender ao novo comportamento econômico de compartilhamentos, além do que os mais tradicionais deverão, no mínimo, sofrerem alterações para que atendam com mais precisão à particularidades dos contratantes.
5. não há a mínima dúvida disso, pessoas que estão nascendo hoje terão uma perspectiva de vida de mais de 100 anos, e já temos testes com carros sem motoristas...

5.2.8 Percepção de risco – Poder de barganha dos compradores e âmbito social.

Na primeira rodada, 29% dos participantes concordam plenamente que a percepção de risco será diferente (tanto pessoas físicas, como jurídicas). Você concorda com o resultado?

Quadro 22 - Percepção de risco pelas pessoas físicas e jurídicas.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordânica	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
A percepção de risco pelas pessoas físicas será diferente	29	48	20	3	0
A percepção de risco pelas empresas será diferente	28	45	19	7	2

Fonte: Dados da pesquisa.

Na segunda rodada, 71% dos participantes concordaram com esta afirmação o que demonstra convergência nesta tendência.

Conforme comentários abaixo da segunda rodada, a percepção é de que este percentual deveria ser superior ao apontado na primeira rodada.

1. Difícil acreditar que com riscos diferentes no futuro, sua percepção não mude de uma maneira mais contundente. Acho que esse percentual deveria ser maior.
2. Compradores mais exigentes devem gerar mais qualidade no processo de compra, o que leva os compradores a se preocupar mais com o risco (fator que deve determinar o custo no futuro). A conectividade deverá demonstrar o risco de forma mais detalhada, o que também ajudará na qualificação do comprador do futuro.
3. Acredito que pode ser um percentual maior. A medida que os brasileiros tomam conhecimento do cenário político brasileiro o Mercado de seguros e previdência pode ter um maior acesso.
4. Entendo que muitos que responderam que vai mudar pouco ou não vai mudar é porque não entendem o potencial dos dados se transformarem em informação e por isso veem que não existe necessidade de se fazer investimentos nas novas tecnologias.
5. Este percentual é baixíssimo. Com as novas tecnologias, praticamente todos terão uma percepção melhor de riscos.

5.2.9 Poder de barganha dos compradores e âmbito social.

Para a pergunta, você acredita que os clientes terão maior o poder de barganha? 70% dos participantes acreditam que sim.

Algumas afirmações abaixo elencadas ajudam a colaborar com a percepção da maioria dos participantes:

1. Com as novas aplicações de venda facilitando a vida dos clientes a fidelização vai ficar mais difícil.
2. Porque haverá uma equalização no Mercado Securitário em que os seguros terão uma linha semelhante de uma companhia para outra.
3. Sim, o acesso direto as seguradoras e aos produtos facilitará a discussão de coberturas por exemplo garantindo maior transparência e responsabilização do cliente final.
4. A competitividade sempre foi acirrada e, com aplicativos e acesso mais fácil a informação, será ainda maior.

5.2.10 Aumento do consumo de seguros - âmbito econômico.

Na primeira rodada, 35% dos participantes concordaram que a participação da indústria de seguros aumentará e 17% dos participantes concordaram que o consumo das classes C, D e E aumentarão, conforme quadro 23.

Quadro 23 - Participação do PIB e consumo das classes C, D e E.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordância	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
A participação da indústria de seguros no PIB irá aumentar	35	42	19	3	0
As classes C, D e E aumentarão o consumo de seguros	17	36	39	8	0

Fonte: Dados da pesquisa.

Na segunda rodada, 82% dos participantes concordaram com a afirmação acima.

Ainda na segunda rodada, sendo alguns comentários colaboram para a percepção, conforme abaixo transcritos:

1. Dependerá do crescimento do PIB para as camadas C, D e E, geração de empregos nestes segmentos.
2. Concordo que a participação no PIB irá aumentar, porém, não acredito que a classe C, D e E irão consumir mais seguros, pois, acredito que eles pensam que há outras prioridades a frente da contratação do seguro.
3. Com o país se desenvolvendo classes mais baixas, bem como empresas menores tendem a contratar mais seguros. Adicionalmente, outros seguros como o de responsabilidades devem ser cada mais exigidos.

5.2.11 Concentração das corretoras de seguros e seguradoras - força da concorrência, força do consumidor e âmbito econômico.

Na primeira rodada, 17% e 16% dos participantes concordaram plenamente que a concentração das corretoras de seguros e das seguradoras aumentarão, respectivamente conforme quadro 24

Quadro 24 - Concentração das seguradoras e das corretoras de seguros.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordânica	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
A concentração das Seguradoras irá aumentar	16	40	25	15	3
A Concentração das Corretoras de Seguros irá aumentar	17	28	23	21	11

Fonte: Dados da pesquisa.

Já na segunda rodada, 59% dos participantes concordaram com os resultados da primeira rodada.

Ainda na segunda rodada, os comentários transcritos abaixo contribuem para a percepção acima:

1. Imagino que a concentração tende a aumentar em função da necessidade de especialização.
2. A se manter a política econômica dos últimos 20 anos, a concentração será inevitável. O setor bancário é tão concentrado, que membros do Governo Bolsonaro caracterizaram o setor como estatizado. No meu modo de ver, o setor deveria estar mais susceptível a aceitar o capital estrangeiro e facilitar a criação de seguradoras/corretoras regionais.
3. Porque, primeiramente, o modelo de atuação das Corretoras de Seguros precisa ser repensado. Vemos hoje um aumento de oferta de Corretores no mercado, o que fará aumentar a capilaridade desse profissional - que hoje exerce um "monopólio" na oferta, sem que haja um serviço/oferta correspondente. No caso das Seguradoras, veremos Insurtechs surgirem com ofertas e nichos de atuação específicos, também aumentando a possibilidade de escolha dos clientes - servindo como um apoio à descentralização dessa oferta no mercado de Seguros.
4. As novas plataformas de seguros deverão gerar mais competição e menos concentração nos seguros PF. Já nos PJ, que precisam de uma área técnica muito especializada, acho que pode aumentar a concentração.

5.2.12 Participação das Multinacionais - força da concorrência, novos entrantes e âmbito econômico.

Na primeira rodada, 26% dos participantes concordam plenamente que participação das multinacionais no mercado irá aumentar conforme quadro 25.

Quadro 25 - Participação das multinacionais em seguros.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordânica	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
A participação das Multinacionais em Seguros irá aumentar	26	45	25	3	0

Fonte: Dados da pesquisa

Na segunda rodada, 85% dos participantes concordaram com os resultados da segunda rodada.

Os comentários transcritos abaixo contribuem para a percepção acima:

1. Acho que esse percentual deveria ter sido maior, na faixa de uns 50%.
2. A capilaridade e expertise internacional facilitarão o crescimento destas empresas.
3. Acredito que a participação das multinacionais tende a aumentar com a contribuição de novos produtos, tecnologias e boas práticas trazidas de experiências internacionais.
4. Deveria ser maior esse percentual.
5. Porque é uma tendência global que grandes grupos econômicos (financeiros ou seguradores) invistam em novos mercados e procurem novas oportunidades para crescimento de suas operações. Temos visto movimentos nesse sentido a partir de joint-ventures e outras parcerias, principalmente no modelo de "bancassurance".
6. Acredito que teremos mais players no mercado, e com certeza quem tem maior escala e capital, terá vantagem. Caso das multinacionais.
7. Sim e não. Aumentará pouco nos seguros de pessoas e muito no de empresas, principalmente no de saúde complementar.
8. A tendência do capital nacional não aponta para o aumento de investimentos.
9. Com o aumento de demandas de seguros de grandes riscos, o mercado nacional deverá receber novas Seguradoras Globais.
10. A sociedade e a tecnologia estão tornando o mundo cada vez mais sem fronteiras para as indústrias de serviços e o seguros. na minha visão este será um processo inevitável.
11. Creio que algumas mudanças na legislação que desburocratizem e melhorem o ambiente tributário, além de um cenário econômico positivo a médio prazo, trarão novos players internacionais para o nosso mercado.

5.2.13 Novas Empresas de Seguros - força da concorrência, novos entrantes e âmbito econômico.

76% dos participantes acreditam que novas empresas despontarão na indústria de seguros.

Alguns comentários que colaboram com esta percepção foram transcritos abaixo:

1. Há sem dúvidas possibilidades de novos players surgirem no mercado, sejam empresas financeiras, ou mesmo startups, observando que trata-se de mercado com expectativa de crescimento para os próximos anos.
2. Sim, com novo conceitos de relacionamento, gestão dos riscos e de serviços cada vez mais ágeis e espontâneos.
3. Acredito que o Brasileiro já tenha desconfiança no mercado de seguros, assim que confiar em novas marcas se torna ainda mais difícil. O crescimento de novas seguradoras provavelmente será um processo lento.
4. Em nichos específicos.
5. No período de crise, muitas seguradoras se prepararam para um novo cenário econômico, investiram em tecnologia e podem despontar.
6. Há multinacionais de outros ramos começando a se interessar por seguros como parte do negócio.

5.2.14 Fornecedores da Indústria - força da fornecedores

76% dos pesquisados acredita que o poder de negociação da indústria de seguros com seus fornecedores, por exemplo, reguladores de sinistros e oficinas mecânicas, aumentará.

Alguns comentários foram transcritos e contribuem para a percepção acima:

1. Minha percepção é de que ainda existem poucas empresas com o nível de especialização necessário para atender ao mercado segurador. Por consequência, o número de opções é pequeno e o poder de barganha ainda é fraco.
2. Novos fornecedores também sofrerão dissipações. As próprias insuretechs serão fornecedoras com tecnologias que a curto/médio prazo terão uma participação exclusiva. Depois surgirão novos competidores para melhorar a competição.

3. Reguladoras de sinistros estão com os dias contados! Certamente Big data e IA impactarão profundamente este mercado! Oficinas ainda eh um segmento muito pouco profissionalizado no Brasil, se tratando de funilaria e pintura existe um universo de 13k e somente 15% trabalham com as seguradoras, há muito a evoluir! Além do mais acredito que a inovação por meio das impressoras 3D também impactado este mercado pois sobrevida do ganho sobre a reposição e reparação de peças.
4. as novas ferramentas proporcionarão um melhor controle de riscos e também de custos de sinistros. Os serviços comuns deverão ser remunerados de forma mais padronizada, pois serão mais automatizados. Entretanto, os serviços especializados tenderão a se tornar mais caros, na medida em que os riscos se tornarem mais controlados, porém mais complexos. Tem-se como exemplo os custos maiores de serviços de oficinas de marcas especializadas, frente às populares, da mesma forma que serviços de engenharia avançada para sinistros complexos são mais caros do que uma simples análise orçamentária de uma reconstrução simples.

5.2.15 Fraudes - Âmbito Legal.

Na primeira rodada 6% dos participantes concordaram plenamente que as fraudes diminuirão.

Quadro 26 - Fraudes.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordânica	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
As fraudes em seguros diminuirão	5,6	27,2	40	20,8	6,4

Fonte: Dados da Pesquisa

Na segunda rodada 62% dos participantes concordaram com o percentual da primeira rodada.

Alguns comentários transcritos abaixo enriquecem a discussão sobre o tema e estão transcritos abaixo:

1. Concordo parcialmente que a quantidade de fraudes deverá diminuir, porém as fraudes crescerão em sofisticação e os reflexos financeiros idem. No frigir dos ovos, em valor, deverá acontecer um aumento.
2. Acho que esse percentual deveria ser maior. Custo a crer os entrevistados não percebam que o “novo mundo” das informações, aliado à mudança ética que está ocorrendo na sociedade brasileira, não vai diminuir as fraudes de forma mais substancial.
3. As fraudes ficarão mais controladas por investimentos em tecnologias de combate, mas até mesmo por fatores macroeconômicos do país tendemos a ter uma diminuição das fraudes como um todo.

5.2.16 Novos Produtos - Âmbito legal e força dos compradores.

Na primeira rodada 30% e 15% dos participantes concordam plenamente que a complexidade dos produtos pessoa física e pessoa jurídica, respectivamente, será reduzida.

Quadro 27 - Novos Produtos.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordânica	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
A complexidade dos produtos de seguros para pessoas físicas será reduzida	30	40	24	4	2
A complexidade de seguros para pessoas jurídicas será reduzida	15	42	29	10	4

Fonte: Dados da Pesquisa

Na segunda rodada, 85% dos pesquisados concordaram com o resultado da primeira rodada.

Alguns comentários que enriqueceram a discussão foram transcritos abaixo:

1. Reduzir a complexidade é fundamental para ganhar escala na venda de seguros, tanto para PF quanto para PJ.
2. Com tantas especificidades e adaptabilidades, estes tendem a serem mais complexos. Por outro lado, a contratação deverá ser mais simplificada para o usuário final.
3. A customização não simplifica. dá a sensação de ser mais simples para o cliente, mas o produto será mais complexo dentro da seguradora.
4. A complexidade aos olhos do consumidor diminuirá - a complexidade operacional e estratégica crescerá, se houver novos entrantes no mercado.
5. Em linha com o que eu havia respondido antes, produtos standard e de fácil compreensão para comercialização, futuras gerações não entenderão RCF APP Nota de cobertura etc...

5.2.17 Reformulação de produtos atuais - Âmbito legal e força dos compradores.

Na primeira rodada, 44% dos participantes concordam plenamente que os produtos atuais serão reformulados.

Quadro 28 - Reformulação dos Produtos.

	Frequência %				
Tendências 2030 / Grau de Concordância	5 - Concordo Plenamente	4	3	2	1 - Discordo Plenamente
Os produtos securitários atuais serão reformulados	44	41	13	2	0

Fonte: Dados da Pesquisa

Na segunda rodada, 85% dos participantes concordaram com o resultado da primeira rodada.

Algumas importantes observações emergentes na segunda rodada estão transcritas abaixo:

1. Os produtos precisarão acompanhar as novas tendências e necessidades.
2. Os produtos se ajustarão aos novos tempos, acompanhando o comportamento das matrizes de riscos.
3. ...para que haja uma simplificação dos produtos e das ofertas, os produtos atuais precisarão ser reformulados e adequados.
4. Entendo que este percentual deveria ser maior, tendo em vista acreditar que novos paradigmas e comportamentos forçosamente ensejarão reformulações nos produtos atualmente comercializados.
5. Acredito que as empresas irão reformular a maior parte de seus produtos, para fazer frente às alternativas que deverão surgir com a utilização dos recursos tecnológicos. A empresas tradicionais irão utilizar a própria tecnologia que os ameça para criar novos produtos e se manterem no mercado.
6. Acho que pode ser maior o percentual pela sua natureza "disruptive".
7. São muito complicados hoje.
8. As inovações tecnológicas permitirão melhor racionalização dos produtos.

5.2.18 Lei de Proteção de Dados Pessoais - Âmbito Legal.

Você acredita que a Lei Geral de Proteção de Dados de Pessoais (LGPDP), trará um grande impacto para a Indústria de Seguros? Para 79% dos pesquisados, a lei em pauta trará um grande impacto para da Indústria de Seguros. Sendo que, observações importantes emergiram da pesquisa e foram transcritas abaixo:

1. Haverá alterações nos modelos de relacionamentos com os fornecedores e seus clientes finais.
2. Acredito que ela trará necessidade de atualizar sistemas de seguradoras, assim como proteção contra riscos cibernéticos para as próprias empresas de seguros.
3. A indústria de Seguros também será afetada, como tantas outras.

5.2.19 Âmbito Político

Você entende que o atual ambiente político trará mudanças no setor de seguros? Quais? Para 76% dos pesquisados o ambiente político trará mudanças ao setor de seguros.

Comentários que contribuem para o debate foram transcritos abaixo:

1. As questões da nova gestão mais liberal, indica que poderemos ter uma maior liberdade no setor de seguros com flexibilização do mercado.
2. Reformas da previdência e tributárias previstas terão grande impacto. Há previsão de desburocratização e ambiente de negócios e litigioso mais favoráveis também.
3. positivas, sobretudo se o cenário econômico melhorar sensivelmente, e houver confiança para os investidores externos e internos.
4. É praticamente impossível dissociar o ambiente político do ambiente macroeconômico, portanto, o setor de seguros, dada a sua dependência significativa da performance econômica, certamente sofre os impactos de alterações no ambiente político do país.

5.2.20 Áreas operacionais mais impactadas.

Durante a primeira rodada, na escala de 01 a 05, sendo que 05 é muito relevante e 01 é pouco relevante, os profissionais de seguros apontaram as seguintes áreas operacionais mais impactadas nos próximos anos, conforme quadro 29.

Os percentuais são maiores do que 100, uma vez que, a nota sobre a relevância da tecnologia poderia ser atribuída de forma individual.

Quadro 29 - Áreas mais impactadas

Áreas mais Impactadas	Frequência %				
	5 - Muito Relevante	4	3	2	1 - Pouco Relevante
Subscrição	65%	25%	7%	2%	1%
Distribuição	65%	27%	9%	0%	0%
Precificação	65%	27%	8%	0%	1%
Sinistro	61%	31%	8%	0%	1%
Qualificação / Treinamento / Educação Continuada	58%	28%	9%	6%	0%
Atuarial	50%	29%	17%	2%	2%
Resseguro	32%	30%	26%	6%	6%
Financeiro / Administrativo / Contábil	27%	44%	24%	5%	0%
Cosseguro	20%	29%	31%	12%	9%

Fonte: Dados da Pesquisa

Na segunda rodada, 79% dos participantes concordaram com o resultado da primeira rodada.

Ainda na segunda rodada, alguns comentários que contribuem para o debate foram transcritos abaixo:

1. Em linhas gerais. As áreas com forte viés analítico deverão passar por fortes impactos decorrentes da evolução tecnológica. Novos sistemas ou novas ferramentas, baseadas em processos matemáticos, algoritmos, análises combinatórias e outros modelos, certamente estarão presentes nas atividades dessas áreas.
2. A lista está perfeita, demonstra a espinha dorsal da seguradora, sendo a principal preocupação subscrever corretamente o risco, vender seus produtos pelo preço justo e pagar os sinistros reclamados.
3. pelo que já disse anteriormente os primeiros 4 itens serão os mais impactados com os novos modelos operacionais e funcionais das novas seguradoras.
4. Acredito que Resseguros também sofrerá grandes mudanças.
5. De forma geral também concordo. A previsão é de que os modelos de negócios e operacionais tem mudanças mais significativas.

5.2.21 Percepção Geral.

Na segunda rodada, 86% dos participantes, concordaram com a afirmação que, foram explorados cinco grandes temas, como tecnologia, social, economia, legal e político. Foram indicadas as áreas social e de tecnologia como sendo as que com maiores impactos.

Algumas observações importantes emergiram conforme a seguir.

1. O econômico é prioridade para qualquer mudança e seus efeitos.
2. As próximas gerações viverão um cenário novo, com novas tecnologias e uma sociedade diferente, que busca soluções rápidas, simples e de baixo custo.
3. A curva da tecnologia é exponencial, avança cada vez mais rápido. As mudanças sociais também são significativas em nosso período e sofrem impactos diversos.

Após serem apresentadas as análises e seus caráter construtor, chega-se as considerações finais no próximo capítulo, encerrando-se a pesquisa e sugerindo-se a continuidade onde houver esta necessidade.

6 CONCLUSÕES

O capítulo conclusão tem o propósito de verificar qual foi o alcance da pesquisa frente a pergunta central, sendo, neste caso identificar quais são as principais tendências para a indústria de seguros em 2030.

Neste capítulo também são tratadas as limitações da pesquisa e são fornecidas sugestões de pesquisas futuras.

6.1 O Ambiente Tecnológico

Os resultados encontrados permitem tirar as seguintes conclusões:

Conforme apontado pela pesquisa, os especialistas indicam como tendência de tecnologias mais impactantes, por ordem de relevância:

1. Big Data;
2. Smartphones;
3. Inteligência Artificial;
4. Internet das Coisas (IoT);
5. Redes Sociais;
6. Blockchain;
7. Drone;
8. BitCoin / Criptomoedas.

Também, conclui-se que o Big Data será cada vez mais ”*commodity*” e trata-se de uma tecnologia já estabelecida.

Outro ponto que merece ser considerado, e conforme lembra EY (2017), dado o seu caráter rastreável, o Blockchain, desponta como uma das principais tecnologias emergentes entre seguradoras, exemplificando a iniciativa B3i que em 2016 contava com 06 seguradoras e em 2017 já conta com 15 participantes.

Ainda conforme McKinsey&Company (2016b) assevera, as possibilidades de economia em despesas administrativas são consideráveis sendo o melhor momento para as empresas de seguros iniciarem uma jornada nesta tecnologia.

A primeira conclusão é de que as tecnologias indicadas na pesquisa são importantes, porém, dados os seus aspectos inovadores nas áreas técnicas, financeira e administrativa, o mercado deve dar especial atenção ao Blockchain.

Quanto às Insurtechs, empresas de seguros que utilizam largamente a tecnologia, a pesquisa indica que o mercado considera inegável a importância deste player para a indústria, porém, atuando muito mais como fornecedor de serviços na cadeia industrial do que como seguradora.

O motivo desta consideração são as barreiras de entradas para novas empresas, tais como, regulamentação, necessidade de capital e escala para lucratividade de negócio.

6.2 O Ambiente Social

Dado que a sociedade está em transformação, os resultados e conclusões apontam para um forte impacto social nos próximos anos. Conforme aponta a pesquisa, os impactos principais serão advindos principalmente das novas gerações (Z e Alpha), sendo elencados abaixo:

1. Devido a economia compartilhada, percepção de risco diferente da atual;
2. Demanda por simplicidade e rapidez no atendimento;
3. Diversos canais de comunicação com a empresa, sendo efetuada por pessoas ou “máquinas”;
4. Produtos embalados de forma simples, porém de maior complexidade técnica e atuarial;
5. Maior transformação para os produtos pessoa física.

6.3 O Ambiente Legal

A pesquisa indica que a nova lei geral de proteção de dados pessoais (LGPDP) trará um grande impacto a indústria de seguros, sendo uma necessidade a modernização das empresas por parte do risco cibernético. Por consequência a forma como as empresas se relacionarão com os seus terceiros também será afetada para fazer frente a nova lei. Os principais pontos emergentes como tendência estão abaixo elencados:

1. Modernização da segurança das empresas de seguros face aos riscos cibernéticos;
2. Alteração de como as empresas de seguros se relacionam com seus terceiros face a nova legislação de proteção de dados pessoais;
3. Modernização da legislação de seguros face a necessidade de lançamento de novos produtos que incentivem a criatividade e inovação.

6.4 O Ambiente Político

Para 76% dos pesquisados o ambiente político é propício a mudanças no setor, o país tendo gestão mais liberal poderá influenciar o ambiente legal para realizar alterações necessárias ao desenvolvimento do setor, conforme abaixo:

1. Ambiente econômico liberal;
2. Reforma previdência como fomento à indústria;
3. Menor burocracia;
4. Favorecimento ao ambiente de negócios.

6.5 O Ambiente

Para a pesquisa, as mudanças climáticas são um fator inegável como implicações para toda a cadeia produtiva, inclusive a indústria de seguros. Segundo os resultados apurados, a indústria somente estará apta para fazer frente a este novo desafio utilizando-se massivamente da força tecnológica com poder preditivo de catástrofes e liquidação de sinistros.

6.6 O Ambiente Econômico

Sendo o ambiente econômico uma síntese dos demais âmbitos, para a pesquisa a participação da indústria no PIB deve aumentar, o que gera perspectivas sem precedentes para todo o setor conforme abaixo:

1. Aumento da participação da indústria no PIB;
2. Não aumento do consumo de seguros por parte das classes C, D e E;

Dado que a elasticidade de consumo e a resiliência perante as crises é diferente entre as linhas de negócios, por exemplo, saúde, vida ou patrimonial, faz-se necessário também compreender melhor em quais linhas ocorrerá o maior incremento marginal de prêmios.

6.7 O Poder dos Compradores

Conforme a pesquisa, e para 70% dos entrevistados, o poder dos compradores aumentará substancialmente até 2030, as principais tendências estão elencadas a seguir:

1. Dada a maior oferta de produtos e serviços, o poder de troca de fornecedor (seguradora) será multiplicado;
2. A informação para o cliente final estará mais disponível, o que facilitará a comparação entre produtos;
3. As novas formas de se contratar seguros, por diversos canais, como redes sociais e "*smartphones*" por exemplo, adicionadas às tradicionais já existentes, trarão maior poder barganha ao cliente final;
4. A percepção de risco será alterada, incluindo-se riscos cibernéticos;
5. Os produtos, principalmente pessoa física, serão simplificados o que reforça a ideia de comparabilidade.
6. Novas empresas de seguros despontarão no mercado o que acirrará a competição pelo "*market share*".
7. Além da reformulação dos produtos já existentes, novos produtos despontarão para fazer frente a nova realidade social.

6.8 O Poder dos Concorrentes

A rivalidade entre os concorrentes, conforme aponta a pesquisa, deve aumentar substancialmente, sendo os principais pontos elencados abaixo:

1. Empresas mais especializadas em seus nichos;
2. Empresas tecnologicamente mais preparadas que outras;
3. Novos modelos estatísticos-atuariais conferindo maior precisão de precificação;

4. Uso massivo por parte de algumas empresas de equipamentos conectados à internet permitirão maior capacidade de entendimento do risco;
5. Parceria de empresas de seguros com insurtechs.

Conforme indicado pela pesquisa, toda tecnologia embarcada em seus produtos não deverá ser traduzida em maiores preços médios, mesmo porque o consumidor terá maiores opções de contração, o que deve pressionar substancialmente a margem dos concorrentes.

Adicionalmente, a pressão por menores despesas administrativas deverá aumentar de forma exponencial, levando muitas seguradoras a trabalharem de forma intensiva com empresas de tecnologia, insurtechs.

6.9 O Poder dos Fornecedores

Os fornecedores da indústria de seguros são difusos e em um grande número, diante deste cenário, conforme apontado pela pesquisa, não deverão ocorrer alterações.

Portanto, o poder dos fornecedores, não deverá ser alterado dentro dos próximos anos.

6.10 Os Substitutos

Devido ao caráter regulamentar da área de seguros, a pesquisa não apontou alteração na forço dos substitutos.

Porém, devido ao caráter controverso, sujeito a vieses cognitivos comportamentais, sugere-se estudos mais aprofundados sobre o tema.

6.11 Novos Entrantes

A pesquisa indica um aumento de novos entrantes, principalmente estrangeiros buscando alternativas de crescimentos devido a mercados já saturados em seus países de origem.

Porém, como barreira de entrada existe a forte regulamentação e a necessidade de capital alto, este pode ser um fator desestimulante aos novos entrantes.

6.12 Recomendações

Como sumário da conclusão, elaborou-se uma lista de recomendações, no quadro 30, criando-se desta forma uma maneira ágil de acesso as principais tendências que emergiram durante a pesquisa.

Quadro 30 – Lista de recomendações

Âmbito	Recomendação
Tecnológico	As empresas de seguros, resseguros e corretoras de seguros continuem envidando esforços nas tecnologias de Big Data, Smartphones e Inteligência Artificial como uma forma de dinamizarem seus negócios. Também é recomendado que envidem esforços na Tecnologia blockchain como uma forma de reduzirem despesas administrativas e ganharem maior confiabilidade em transações financeiras, fatores estes cruciais para a rentabilidade das operações. Conforme observado na pesquisa, sugere-se também a parceria das empresas tradicionais com insurtechs, desta forma cria-se sinergia de um lado com a experiência e a grande massa de transações e de outro lado, com novas tecnologias de forma a adicionar valor agregado ao produto.
Social	Como um dos fatores de maior transformação apontado no estudo, as empresas envolvidas no ecossistema securitário devem estar atentas as mudanças sociais que estão em andamento. Principalmente as mudanças estas referentes a economia compartilhada, a percepção dos riscos, ao contexto virtual e a demanda pela simplicidade e rapidez no atendimento aos segurados. Recomenda-se das empresas um maior esforço no sentido de entenderem qual sociedade está emergindo deste contexto.

	Recomenda-se também, a criação de produtos de nicho atendam as diferentes gerações e aos seus anseios e costumes, por exemplo, produtos para terceira idade e produtos para as novas gerações.
Legal	No âmbito Legal recomenda-se as empresas revisarem suas políticas de armazenamento e utilização de dados, principalmente a luz da nova lei de proteção de dados pessoais (LGPDP). Recomenda-se também a revisão da segurança cibernética.
Político	Recomenda-se das empresas de seguros a atenção as questões relacionadas à reforma da legislação previdenciária e envidem esforços para redução da burocracia existente nos mais diversos âmbitos, como por exemplo, criação de novos produtos.
Ambiente	No âmbito ambiental, devido as mudanças climáticas, recomenda-se o uso massivo de tecnologia preventiva e auxiliar nos seguros em geral, sendo propriedades, pessoas ou rurais.
Economia	Apontando a pesquisa como um aumento da participação da indústria de seguros no PIB, encontra-se aqui uma oportunidade única para criação de produtos que atendam aos anseios da sociedade.

6.13 Limitações

Devido as características do setor, a maior parte dos respondentes encontram-se localizados na região sudeste do Brasil, principalmente São Paulo e Rio de Janeiro. Esta limitação geográfica pode trazer um viés regional a pesquisa.

A quantidade limitada de rodadas também é um fator limitante, dado que alguns pontos novos surgiram na segunda rodada. O tempo exíguo para realização das rodadas contribui para limitações interações com os respondentes.

6.14 Sugestão de pesquisas futuras

Devido as questões emergentes na pesquisa, faz-se mister o aprofundamento do tema, subdividido entre pessoas físicas e jurídicas e por linha de negócios, preferencialmente dentro do agrupamento de cada federação constituída, por exemplo, saúde, vida e previdência, seguros patrimoniais.

Sugere-se também o estudo aprofundado das áreas mais impactadas indicadas no quadro 29, sendo por ordem, subscrição, distribuição, precificação, sinistro, qualificação e treinamento, atuarial, resseguro, financeiro e cosseguro em consonância com o sugerido no parágrafo anterior.

Sugere-se ainda, um estudo sistemático e aprofundando, por linha de negócio, de possíveis substitutos oriundos externamente à indústria de seguros.

REFERÊNCIAS

ACCENTURE. Artificial intelligence and internet of things attract almost half of insurtech funding globally in 2016, according to Accenture research. **Accenture**, 2017. Disponível em: <https://newsroom.accenture.com/news/artificial-intelligence-and-internet-of-things-attract-almost-half-of-insurtech-funding-globally-in-2016-according-to-accenture-research.htm>. Acesso em: 10 maio 2018.

AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE SUPLEMENTAR – ANS. Quem somos. **ANS**, 2018. Disponível em: < http://www.ans.gov.br/aans/quem-somos> Acesso em: 29 jul. 2018.

ANDERSON, N. et al (Org.). **The insurtech book**: the insurance technology handbook for investors, entrepreneurs, and fintech visionaries. West Sussex, UK: Wiley, 2018.

ASSOCIAÇÃO DE SUPERVISORES DE SEGUROS DA AMÉRICA LATINA. Quem somos. **Assal**, 2018. Disponível em: <https://www.assalweb.org/assal_nueva/quienes_somos.php>. Acesso em: 09 jul. 2018.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Conselho nacional de seguros privados (CNSP). **BcB**, 2018. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/Pre/composicao/cnsp.asp>. Acesso em: 01 maio 2018.

BRASIL. Governo do Brasil. Seguros. **Brasil**, 2017. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/04/seguros>. Acesso em: 01 de maio 2018.

CAMARA-E.NET. Brasil já tem 40 insurtechs, revela mapeamento da camara-e.net. **Camara-e.Net**, 2017. Disponível em: <http://camara-e.net/2017/12/12/brasil-ja-tem-40-insurtechs-revela-mapeamento-da-camara-e-net> Acesso em: 13 dez. 2017.

CAMBRIDGE MOBILE TELEMATICS. **Consumer demand for behavior-based telematics could save auto insurers from mounting losses**. Cambridge – UK: CMT, 2017. 10p.

CAPPIELLO, A. **Technology and the insurance industry**: Re-configuring the competitive landscape. Cham: Palgrave Macmillan, 2018.

CARVALHO, D. E. et al. **Construção de Cenários: apreciação de métodos mais utilizados na administração estratégica**. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 2011, Rio de Janeiro. **Anais**... Rio de Janeiro: ANPAD, 2011.

COELHO, G.M.(Coord.) **Prospecção tecnológica: metodologias e experiências nacionais e internacionais**. Rio de Janeiro: Instituto Nacional de Tecnologia, 2003.

CONEXÃO FINTECH. Conheça o aplicativo que vai revolucionar o mercado de seguros. **Conexão Fintech**, 2017. Disponível em: <https://conexaofintech.com.br/fintech/revolucionar-o-mercado-de-seguros/>. Acesso em: 18 jul. 2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE SEGUROS GERAIS, PREVIDÊNCIA PRIVADA E VIDA, SAÚDE COMPLEMENTAR E CAPITALIZAÇÃO. O que é a Fenaseg. **CNseg**, 2016a. Disponível em: <http://cnseg.org.br/cnseg/confederacao/o-que-e-a-fenaseg/ >. Acesso em: 12 jul. 2018.

_____. **Relatório de sustentabilidade do setor de seguros – 2015**. Rio de Janeiro: CNseg, 2016b. 76 p.

_____. **Mercado segurador brasileiro – resultados e perspectivas - 2016**. Rio de Janeiro: CNseg, 2017a. 182 p.

_____. **Mercado segurador brasileiro – resultados e perspectivas – 2017 | 2018**. Rio de Janeiro: CNseg, 2018b. 146 p.

_____. **Relatório de sustentabilidade do setor de seguros - 2016**. Rio de Janeiro: CNSeg, 2017b. 145 p.

_____. **Relatório de sustentabilidade do setor de seguros - 2017**. Rio de Janeiro: CNSeg, 2018c. 76 p.

CRESWELL, J.W. **Projeto de pesquisa. Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3ª ed. São Paulo: Bookman, 2016

DELOITTE. **A indústria de seguros no brasil, transformação e crescimento em um país de oportunidades**. São Paulo, 2011. 112 p.

DIGITAL INSURANCE. 5 ways to fight insurance fraud with social media. **Digital Insurance**, 2016. Disponível em: <https://www.dig-in.com/slideshow/5-ways-to-fight-insurance-fraud-with-social-media#slide-7>. Acesso em: 19 jul. 2018.

_____. Allstate fighting consumer fraud with social media data. **Digital Insurance**, 2017. Disponível em: <https://www.dig-in.com/news/allstate-fighting-consumer-fraud-with-social-media-data>. Acesso em: 19 jul. 2018.

_____. 8 insurers with award-winning digital initiatives. **Digital Insurance**, 2018a. Disponível em: <https://www.dig-in.com/list/8-insurers-with-award-winning-digital-initiatives#slide-10>. Acesso em: 19 jul. 2018.

_____. Blockchain's insurance applications in claims and beyond. **Digital Insurance**, 2018b. Disponível em: <https://www.dig-in.com/opinion/blockchains-insurance-applications-in-claims-and-beyond?utm_campaign=trending-jul%2018%202018&utm_medium=email&utm_source=newsletter&eid=001e5b773733d9133569014709b0b2b4>. Acesso em: 18 jul. 2018.

EUROPEAN INSURANCE AND OCCUPATIONAL PENSIONS AUTHORITY. About EIOPA. **EIOPA**, 2018. Disponível em: < https://eiopa.europa.eu/about-eiopa> Acesso em: 09 jul. 2018.

EY. **Global Insurance Trend Analysis 2016**. Inglaterra, 2017. 29 p.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS CORRETORES DE SEGUROS PRIVADOS E DE RESSEGUROS, CAPITALIZAÇÃO, DE PREVIDÊNCIA PRIVADA, DAS EMPRESAS CORRETORAS DE SEGUROS E DE RESSEGUROS. **Estudos socioeconômicos das empresas corretoras de seguros**. Rio de Janeiro, 2017a. 56p.

_____. Entidade. **Fenacor**, 2017b. Disponível em: <https://www.fenacor.org.br/Institucional/Entidade>. Acesso em: 07 set. 2017.

_____. Palavra do presidente. **Fenacor**, 2018. Disponível em: <https://www.fenacor.org.br/Institucional/PalavraDoPresidente> Acesso em: 29 jul 2018.

GARTNER. Top 10 strategic technology trends for 2018. **Gartner**, 2017. Disponível em: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2018/> Acesso em: 03 jan. 2018.

GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais. Paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2012.

GRAY, D. **Pesquisa no mundo real**. 2ª ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração Estratégica.** 7ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

INSURANCE INFORMATION INSTITUTE. **How insurance drives economic growth**. New York: III, 2018a. 18p.

_____. **Insurance Industry at a glance**. New York: III, 2018b. 118p.

INSURTECH NEWS. These 21 insurtech startups are disrupting old style insurance business. **Insurtech News**, 2016. Disponível em: <https://insurtechnews.com/insight/these-

21-insurtech-startups-are-disrupting-old-style-insurance-business.html>. Acesso em: 01 set 2017.

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF INSURANCE SUPERVISORS. About the IAIS. **IAIS**, 2018. Disponível em: <https://www.iaisweb.org/page/about-the-iais> Acesso em: 09 jul. 2018.

JOHNSON G.; SCHOLES K.; WHITTINGTON R.; **Fundamentos de estratégia**. São Paulo: Bookman, 2011.

JONES G.; HILL C.; **O essencial da administração estratégica** – casos reais e aplicação prática da teoria. São Paulo: Saraiva, 2018.

KPMG. **How augmented and virtual reality are changing the insurance landscape**. London: KPMG, 2017. 14p.

LEHMANN, R. Why `big data` will force insurance companies to think hard about race, **Insurance Journal**, 2018. Disponível em: <https://www.insurancejournal.com/blogs/right-street/2018/03/27/484530.htm> Acesso em: 15 jul. 2018.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. **Fundamentos de metodologia científica**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de metodologia de pesquisa científica**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MCKINSEY & COMPANY. Automating the insurance industry. **McKinsey&Company**, 2016a. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/automating-the-insurance-industry>. Acesso em: 12 jul.2018.

_____. Blockchain in insurance – opportunity or threat? **McKinsey&Company**, 2016b. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Industries/Financial%20Services/Our%20I

nsights/Blockchain%20in%20insurance%20opportunity%20or%20threat/Blockchain-in-insurance-opportunity-or-threat.ashx >. Acesso em: 12 jul.2018.

_____. Insurtech: the threat that inspires. **McKinsey&Company**, 2017a. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurtech-the-threat-that-inspires#0 >. Acesso em: 12 jul.2018.

_____. Life insurance: ready for the digital spotlight. **McKinsey&Company**, 2017b. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/life-insurance-ready-for-the-digital-spotlight>. Acesso em: 12 jul.2018.

NATIONAL ASSOCIATION OF INSURANCE COMISSIONERS – NAIC. About the NAIC. **NAIC**, 2018. Disponível em: <https://www.naic.org/index_about.htm>. Acesso em: 09 jul.2018.

NICOLETTI, B. **The Future of FinTech**: Integrating Finance and Technology in Financial Services. Cham: Palgrave Macmillan, 2017.328 p.

NIELSEN, F. A. G.; OLIVO, R. L. F.; MORILHAS, L. J. **Guia prático para elaboração de monografias, dissertações e teses em administração**. São Paulo: Saraiva, 2018.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Global insurance market trends**. Zurique: OCDE, 2016. 48 p.

PORTER, M.E. **Competição**. São Paulo: Campus, 2009.

_____. **Estratégia competitiva**. São Paulo: Elsevier, 2004.

SCHOEMAKER, P. Scenario Planning: A tool for strategic thinking. **Sloan Management Review**, v. 36, n. 2, p. 25-39, 1995.

SCHWARTZ, P. **A arte da visão de longo prazo, planejando o futuro em um mundo de incertezas**. São Paulo: Best Seller, 2003a.
_____. **Cenários as surpresas inevitáveis**. São Paulo: Campus, 2003b.

SILVA, C.L.; NASCIMENTO, D. E.; SOUZA, M. (Org.). **Estudos prospectivos.:** análise, tecnologia, planejamento estratégico, alinhamento organizacional e metodologia. Curitiba: Juruá, 2012.

SOUZA, F. A. M. **O grande livro do marketing**. São Paulo: M.Books, 2016.

SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS. **Sexto relatório de análise e acompanhamento dos mercados supervisionados.** Rio de Janeiro: Susep, 2017. 21p. Disponível em: <http://www.susep.gov.br/menuestatistica/SES/6b0%20Relat_Acomp_Mercado_2018.pdf >. Acesso em: 15 nov. 2017.

_____. Apresentação. **Susep**, 2018. Disponível em <http://www.susep.gov.br/menu/a-susep/apresentacao>. Acesso em: 09 jul.2018.

SWISS RE INSTITUTE. **Sigma – 3**. Zurique: Swiss. 2017a. 60 p.
_____. **Sigma – 4**. Zurique: Swiss. 2017b. 40 p.

_____. **Sigma – 5**. Zurique, Swiss. 2017c. 37 p.

VERGARA, S. **Métodos de pesquisa em administração**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.
WRIGHT, P.; KROLL, J. M.; PARNELL, J. **Administração Estratégica**. 1 ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

WRIGHT, J.T.C.; GIOVINAZZO, R.A. **Delphi – uma ferramenta de apoio ao planejamento prospectivo**. São Paulo: Caderno de Pesquisas em Administração, V 01, N 12, Segundo Trimestre, 2000. 12 p.

YOSHIDA, N.D. **A prospecção do futuro como suporte à busca de informações para a decisão empresarial: um estudo exploratório**. São Paulo, 2011. 216 p. Disponível em: <https://www.redalyc.org/html/3312/331227376009/>. Acesso em: 15 nov. 2018.

_____ **Prospecção do futuro nas empresas: uma proposta de modelo para integração entre o estudo do futuro e a estratégia empresarial.** São Paulo, 2016, 301 p. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-30052016-092317/es.php>. Acesso em: 15 nov. 2018.

APÊNDICE 01

Questionário de coleta quantitativo – ETAPA 01

Prezados Membros das Comissões Temáticas sob Coordenação da SUPAT,
Bom dia.

Considerando que as comissões temáticas da CNseg, através do potencial intelectual de seus membros, concentram um grande conhecimento do setor em toda sua amplitude, pedimos a colaboração de todos em responder a pesquisa abaixo, que tem por objetivo auxiliar na dissertação de mestrado de um dos membros da Comissão.

Tendências para a Indústria de Seguros em 2030

Esta pesquisa faz parte da dissertação de Mestrado Profissional em Administração de Empresas pela FIA – Fundação Instituto de Administração de São Paulo.

Serão entrevistados os principais profissionais da área de Seguros e será traçada uma visão prospectiva da Indústria de Seguros para o ano de 2030.

A pesquisa é de múltipla escolha e **leva menos de cinco minutos**, nenhum dado pessoal será armazenado.

Para participar basta clicar no link abaixo.

https://pt.surveymonkey.com/r/LSYGJF3

Sua opinião é muito importante e o resultado da pesquisa será compartilhado com o mercado.

A pesquisa ficará disponível até o dia ***26/10/2019***.

Caso tenha alguma dúvida, pode entrar em contato comigo pelo telefone (11) 99684-1100 ou pelo e-mail robson.amaral@faculdadefia.edu.br

Muito obrigado e um abraço,

Robson Petersen do Amaral

This message (including any attachments) may contain confidential, proprietary, privileged and/or private information. The information is intended to be for the use of the individual or entity designated above. If you are not the intended recipient of this message, please notify the sender immediately, and delete the message and any attachments. Any disclosure, reproduction, distribution or other use of this message or any attachments by an individual or entity other than the intended recipient is prohibited.

A SUPAT CNseg agradece a colaboração de todos,

Superintendência de Acompanhamento Técnico

CNseg
Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização

Rua Senador Dantas, 74 - 13º andar | Centro | Rio de Janeiro | CEP 20031-205

Tel. 21 2510 7772 | www.cnseg.org.br | luislima@cnseg.org.br

Acesse, Ouça, Compartilhe, Curta RádioCNseg radio.cnseg.org.br /CNseg CNseg CNseg - O Canal Seguro

QUESTIONÁRIO COM PROFISSIONAIS DA INDÚSTRIA DE SEGUROS

1. Qual é o seu sexo?
Feminino
Masculino

2. Data de Nascimento
Data
DD/MM/AAAA

3. Empresa de Atuação (assinale o mais próximo caso não se enquadre perfeitamente em nenhuma das opções abaixo)

Associação de Classe
Corretora de Resseguros
Corretora de Seguros
Prestador de Serviços
Órgão Regulador ou Fiscalizador
Resseguradora
Seguradora

4. Área de Atuação (assinale o mais próximo caso não se enquadre perfeitamente em nenhuma das opções abaixo)

Atuarial
Auditoria
Comercial
Financeiro / Administrativo / Contábil
Gerenciamento de Projetos
Marketing
Operacional
Produtos

Recursos Humanos
Sinistros
Técnica / Subscrição
Tecnologia da Informação
Resseguro
Outro

5. Qual das seguintes opções melhor descreve o nível do seu cargo atual? (Assinale o mais próximo caso não se enquadre perfeitamente em nenhuma das opções abaixo)

Analista / Técnico
Especialista / Coordenador
Gerente
Superintendente
Diretor / Presidente
Sócio

6. Qual é o seu ramo de atuação principal?

Diversas linhas - Exclusive Vida e Previdência
Diversas linhas - Inclusive Vida e Previdência
Seguros de Pessoas (por exemplo, Automóvel e Residência)
Seguros de Propriedades e Responsabilidades (por exemplo, Multirisco, Transportes e Responsabilidade Civil)
Seguros Financeiros (Garantia, D&O e E&O)
Saúde
Vida e Previdência
Capitalização

Tendências 2030

Considerando a pontuação de 01 (pouco relevante) até 05 (muito relevante), indique a sua opinião sobre as questões abaixo.

O quanto você considera que as tecnologias abaixo influenciarão a Indústria de Seguros nos próximos anos (2030):

7. Big Data

8. Inteligência Artificial

9. Internet das coisas (IoT)

10. Blockchain

11. BitCoin / Criptomoedas

12. Drones

13. Redes Sociais (Facebook, Twitter, Instagran, WhatsApp).

14. Smartphones

Nas atividades abaixo elencadas indique o grau de impacto sofrido pelas novas tecnologias, na próxima década, sendo de 1 (pouco impactada) até 5 (muito impactada).

15. Subscrição

16. Distribuição

17. Sinistro

18. Precificação

19. Atuarial

20. Resseguro

21. Cosseguro

22. Financeiro / Administrativo / Contábil

23. Qualificação / Treinamento / Educação Continuada

Indique o seu grau de concordância nas afirmações abaixo, sobre as mudanças na indústria de seguros na próxima década, sendo de 1 (discordo completamente) até 5 (concordo plenamente).

24. A concentração das Seguradoras irá aumentar. (Comentário Opcional).

25. A concentração das Corretoras de seguros irá aumentar. (Comentário Opcional).

26. A participação das Multinacionais em Seguros irá aumentar. (Comentário Opcional).

27. As Insurtechs (empresas de Seguros ligadas à Tecnologia) ganharão espaço na Indústria de Seguros. (Comentário Opcional).

28. A forma de se vender seguros de pessoas físicas será diferente. (Comentário Opcional).

29. A forma de se vender seguros de pessoas jurídicas será diferente. (Comentário Opcional).

30. A participação da indústria de seguros no PIB irá aumentar (Comentário Opcional).

31. As classes C, D e E aumentarão o consumo de seguros (Comentário Opcional).

32. As fraudes em seguros diminuirão (Comentário Opcional).

33. Os produtos securitários atuais serão reformulados (Comentário Opcional).

34. A complexidade dos produtos de seguros para pessoas físicas será reduzida (Comentário Opcional).

35. A complexidade de seguros para pessoas jurídicas será reduzida (Comentário Opcional).

36. As novas gerações (Z e Alpha) contratarão seguros de uma forma diferente (Comentário Opcional).

37. As novas gerações (Z e Alpha) se relacionarão com as Seguradoras de uma forma diferente, não apenas na contratação (Comentário Opcional).

38. A percepção de risco pelas pessoas físicas será diferente (Comentário Opcional).

39. A percepção de risco pelas empresas será diferente (Comentário Opcional).

40. Novos produtos despontarão no cenário futuro (Comentário Opcional).

41. O mercado securitário vivenciará uma nova forma disruptiva de inovação (Comentário Opcional).

42. Novas tecnologias auxiliarão à Indústria de Seguros a lidar com as mudanças climáticas (Comentário Opcional).

APÊNDICE 02

Questionário de coleta quantitativo / qualitativo – ETAPA 02

Prezados Membros das Comissões Temáticas sob Coordenação da SUPAT,
Bom dia.

Considerando que as comissões temáticas da CNseg, através do potencial intelectual de seus membros, concentram um grande conhecimento do setor em toda sua amplitude, pedimos a colaboração de todos em responder a pesquisa abaixo, que tem por objetivo auxiliar na dissertação de mestrado de um dos membros da Comissão.

Tendências para a Indústria de Seguros em 2030 – SEGUNDA PARTE

Esta pesquisa faz parte da dissertação de Mestrado Profissional em Administração de Empresas pela FIA – Fundação Instituto de Administração de São Paulo.

Durante o mês de outubro de 2018, foi realizada pesquisa, majoritariamente com profissionais atuantes nas **CNSEG** (Confederação Nacional de Seguros Privados) e nas suas federações **FENSEG, FENAPREVI**, **FENASAÚDE e FENACAPI**, onde foram abordados temas de ordem ***econômica, social, tecnológica e legal, visando a prospecção de tendências para a Indústria de Seguros em 2030***.

Nessa segunda rodada da pesquisa, compartilharemos com especialistas os resultados parciais obtidos na primeira rodada e verificaremos se existe alinhamento dos mesmos com tais resultados.

Como influenciador da indústria de seguros, a sua participação no painel de especialistas é muito importante, mesmo que não tenha participado da primeira rodada participe da segunda rodada.

Por favor, preencha todos os campos. A conclusão do painel será feita sem a divulgação do nome dos participantes.

Para fins de registro da pesquisa de mestrado, serão indicados os nomes dos participantes do painel de especialistas, mas sem identificação das respostas fornecidas, preservando-se assim o caráter da confidencialidade das respostas.

https://pt.surveymonkey.com/r/LLKWB8W

A pesquisa ficará aberta até o dia 15/01/2019.

Muito Obrigado,

Caso tenha alguma dúvida, pode entrar em contato comigo pelo telefone (11) 99684-1100 ou pelo e-mail robson.amaral@faculdadefia.edu.br

Muito obrigado e um abraço,

Robson Petersen do Amaral

This message (including any attachments) may contain confidential, proprietary, privileged and/or private information. The information is intended to be for the use of the individual or entity designated above. If you are not the intended recipient of this message, please notify the sender immediately, and delete the message and any attachments. Any disclosure, reproduction, distribution or other use of this message or any attachments by an individual or entity other than the intended recipient is prohibited.

A SUPAT CNseg agradece a colaboração de todos,

Superintendência de Acompanhamento Técnico

Rua Senador Dantas, 74 - 13º andar | Centro | Rio de Janeiro | CEP 20031-205

www.cnseg.org.br | **supat@cnseg.org.br**

Os dados pessoais não são indicados nas respostas

Nome:

Nome da Empresa / Sindicato ou Autarquia:

Cargo:

Tempo de atuação em seguros:

Tendências 2030 - Tecnologia

Para a pergunta, considerando a pontuação de 01 (pouco relevante) até 05 (muito relevante), indique a sua opinião sobre as questões abaixo. O quanto você considera que as tecnologias abaixo influenciarão a Indústria de Seguros nos próximos anos (2030)

1) Por ordem de relevância (**5 – muito relevante**) as tecnologias mais pontuadas foram:

1. Big Data (77%)
2. Smart phones (74%)
3. Inteligência Artificial (65%)
4. Internet das Coisas (IoT) (51%)
5. Redes Sociais (Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp) (47%)
6. Blockchain (46%)
7. Drones (29%)
8. BitCon / Criptomoedas (19%)

Você concorda com o resultado?
( ) Sim ( ) Não
Por que?

Para as perguntas, a seguir, sendo (1) discordo completamente e (5) concordo plenamente:

2) 56% dos participantes concordaram plenamente que as Insurtechs (empresas de Seguros ligadas à Tecnologia) ganharão espaço na Indústria de Seguros.

Você concorda com o resultado?
( ) Sim ( ) Não
Por que?

3) 48% dos participantes concordaram plenamente que o mercado securitário vivenciará uma nova forma disruptiva de inovação.

Você concorda com o resultado?
( ) Sim ( ) Não
Por que?

4) Você acredita que um novo produto, substituto a forma tradicional e fora da indústria de seguros, poderá despontar no mercado?

( ) Sim ( ) Não
Por que?

Tendências 2030 – Social

Para as perguntas, a seguir, sendo (1) discordo completamente e (5) concordo plenamente:

5) 70% dos participantes concordam plenamente que a forma de se vender seguros de pessoas físicas será diferente, porém, 30% tem a mesma percepção sobre pessoas jurídicas.

Você concorda com o resultado?
( ) Sim ( ) Não
Por que?

6) 67% e 65% dos participantes concordam plenamente que as novas gerações (Z e Alpha) se relacionarão e comprarão seguros de uma forma diferente, respectivamente.

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

7) 59% dos participantes concordam plenamente que novos produtos despontarão no mercado.

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

8) 29% dos participantes concordam plenamente que a percepção de risco será diferente (tanto pessoas físicas como jurídicas).

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

9) Você acredita que os clientes de seguros terão maior poder de barganha?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

Tendências 2030 – Economia

Para as perguntas, a seguir, sendo (1) discordo completamente e (5) concordo plenamente:

10) 35% dos participantes concordaram plenamente que a participação da indústria de seguros no PIB irá aumentar, porém, 17% concordaram plenamente que as classes C, D e E aumentarão o consumo de seguros

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

11) 17% e 16% dos participantes concordaram plenamente que a concentração das corretoras de seguros e das seguradoras aumentarão, respectivamente.

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

12) 26% dos participantes concordaram plenamente que a participação das multinacionais em seguros aumentará

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

13) Você acredita que novas seguradoras despontarão no mercado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

14) Você acredita que o poder de negociação da indústria de seguros com seus fornecedores, por exemplo, reguladores de sinistros e oficinas mecânicas, aumentará?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

Tendências 2030 - Ambiente Legal

Para as perguntas, a seguir, sendo (1) discordo completamente e (5) concordo plenamente:

15) 6% dos participantes concordam plenamente que as fraudes diminuirão

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

16) 30% e 15% dos participantes concordam plenamente que a complexidade dos produtos pessoa física e pessoa jurídica, respectivamente, será reduzida.

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

17) 30% dos participantes concordam plenamente que os produtos atuais serão reformulados.

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

18) Você acredita que a Lei Geral de Proteção de Dados de Pessoais (LGPDP), trará um grande impacto para a Indústria de Seguros?

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

Tendências 2030 - Ambiente Político

19) Você entende que o atual ambiente político trará mudanças no setor de seguros? Quais?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

Tendências 2030 – Áreas da Indústria mais impactadas pelas tendências identificadas

Para as perguntas, sendo (1) pouco impactadas e (5) muito impactadas:

20) O quadro abaixo demonstra o ranking dos pesquisados que indicaram, quais áreas serão mais impactadas na Indústria de Seguros (2030):

1. Subscrição (65,4%)
2. Distribuição (64,6%)
3. Precificação (64,6%)
4. Sinistro (60,6%)
5. Qualificação / Treinamento / Educação Continuada (57,9%)
6. Atuarial (50,4%)
7. Resseguro (32,3%)
8. Financeiro / Administrativo / Contábil (26,8%)
9. Cosseguro (19,8%)

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?

21) Durante a pesquisa, foram explorados cinco grandes temas, como tecnologia, social, economia, legal e político. Foram indicadas as áreas social e de tecnologia como sendo as que sofrerão maiores impactos

Você concorda com o resultado?

( ) Sim ( ) Não

Por que?