strategy&
Part of the PwC network

Panorama do mercado de serviços financeiros

Como as empresas devem se posicionar e o que seus clientes buscam?

Volume 4 – Oportunidades com o *Open Insurance* no Brasil

2024

Conteúdo

Apresentação **03**

1.

Open Insurance **05**

2.

Contexto atual do mercado **19**

3.

Desafios, riscos e oportunidades **24**

4.

Como se posicionar no *Open Insurance* **30**

Contatos **34**

Apresentação

O *Open Insurance* representa um avanço significativo na forma como o setor de seguros opera, marcando o início de uma nova era de transparência e personalização. A iniciativa busca empoderar os consumidores, dando a eles maior controle sobre seus próprios dados, segundo as diretrizes estabelecidas pela Superintendência de Seguros Privados (Susep). Com o consentimento dos clientes, as informações podem ser compartilhadas entre as seguradoras, resultando em benefícios para todos os *stakeholders*.

Esse modelo promove uma competição saudável entre as seguradoras, estimulando a criação de produtos mais adequados às necessidades dos consumidores e fomentando novos modelos de negócios. Assim como o *Open Finance* está reformulando o setor bancário, o *Open Insurance* promete transformar o setor de seguros, alterando a dinâmica de atração e retenção de clientes.

Identificamos três áreas principais de oportunidade que o *Open Insurance* traz para o mercado:

Inovação em produtos:

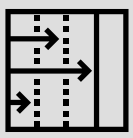
permite o desenvolvimento de seguros que atendem de maneira cada vez mais precisa as necessidades específicas dos consumidores, com base em seus dados e seu histórico.

1

Personalização:

eleva a experiência do cliente, oferecendo seguros que se ajustam ao seu estilo de vida e a suas preferências, aumentando a oferta de serviços e o seu poder de escolha.

2



Competição:

a disponibilização facilitada dos dados abre caminho para novos *players* criarem estratégias de entrada mais ousadas e incumbentes aplicarem novas técnicas para a defesa de sua posição, aumentando a competição no mercado.

3

À medida que o *Open Insurance* se consolida, é essencial que as seguradoras reavaliem suas estratégias para permanecerem competitivas. Adaptar-se a esse novo ambiente significa não apenas sobreviver, mas também prosperar, aproveitando as oportunidades para inovar, reinventar-se e se diferenciar em um mercado que se tornará cada vez mais dinâmico.

Open Insurance

1

O mercado de seguros sofrerá transformações relevantes com a introdução do *Open Insurance*. A iniciativa, liderada pela Susep, promete gerar valor com base em personalização, inovação e competição, beneficiando as seguradoras e seus clientes.

Ao promover a integração de dados com consentimento do cliente, o *Open Insurance* pode aumentar a subscrição de apólices, automatizar processos, levar à criação de produtos e melhorar a eficiência dos produtos que já existem.

O que é o *Open Insurance*?

Personalização, inovação e competitividade

O *Open Insurance* é uma iniciativa da Susep que visa promover o compartilhamento de informações sobre o mercado de seguros. Ela está aliada ao *Open Finance*, que busca integrar o Sistema Financeiro Nacional com base na troca de informações financeiras individuais.

A sinergia resultante do compartilhamento de informações trará diversos benefícios aos consumidores, como a personalização de ofertas, a facilidade de comunicação e o aumento da competição no setor de seguros. Esses avanços prometem transformar a experiência do cliente.

Para as seguradoras, o novo cenário oferece um impulso à inovação, possibilitando a criação de novos produtos, a integração de ofertas e o crescimento da base de clientes. Essas mudanças abrem caminho para uma expansão significativa e uma maior competitividade no mercado.

	Objetivos	
	Integração de dados	Utilizando o consentimento do cliente é possível garantir a segurança dos dados.
	Aumento da subscrição	Com base em uma análise melhor e mais ampla dos clientes e no histórico de sinistralidade.
	Automação de processos	Com a padronização dos dados e procedimentos estruturados, é possível automatizar processos.
	Competição	Com o uso de dados, é possível conhecer melhor os clientes e apresentar ofertas mais competitivas.

Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros (PDMS)

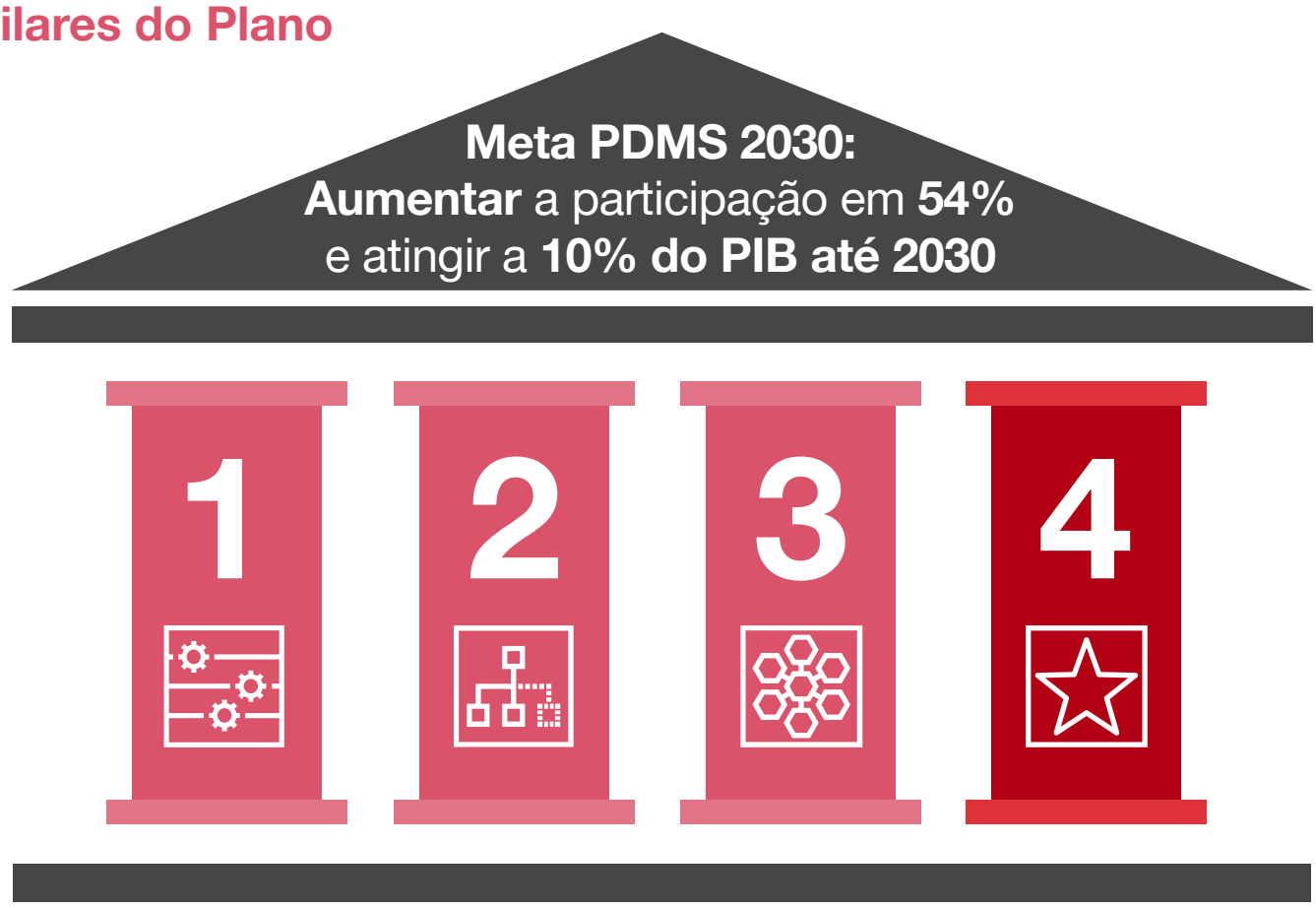
Os *players* do mercado de seguros buscam ampliar seu alcance em 50% até 2030. Nesse contexto, o *Open Insurance* será uma das peças-chave para alcançar essa e outras metas desenvolvidas no PDMS de 2022, elaborado pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg).

Metas para 2030

- Elevar a participação do mercado segurador para 10% do PIB.
- Aumentar em 20% a parcela da população atendida pelos diversos produtos oferecidos.
- Ampliar o pagamento de indenizações e benefícios dos atuais 4,6% para 6,5% do PIB.

Fontes: CNseg, Infomoney e análises da Strategy&.

Pilares do Plano



■ Influência direta do *Open Insurance*

1 Imagem do seguro

Reformular a apresentação das informações à sociedade, desburocratizando processos e aumentando o engajamento, promovendo e contribuindo para a educação financeira.

2 Produtos

Desenvolver novos produtos mais acessíveis e aprimorar os existentes.

3 Canais de distribuição

Explorar novos canais digitais de conexão com o cliente, personalização de ofertas e qualificação de corretores.

4 Eficiência

Garantir maior autonomia funcional, decisória, administrativa e financeira, mantendo altos padrões de qualidade.

Instituições participantes

As instituições que participarão do *Open Insurance* podem ser divididas em dois tipos: as obrigatórias, que precisam estar no ecossistema para cumprir elementos regulatórios (sociedades supervisionadas S1 e S2 e sociedades processadoras de ordem do cliente); e voluntárias, que querem participar do ecossistema por enxergarem oportunidades para seus modelos de negócios.

Obrigatórias

Instituições que precisam participar do ecossistema

Compartilhamento de **dados** abertos

Sociedades supervisionadas[1] **S1 e S2**

Compartilhamento de **serviço** de iniciação de movimentação

Sociedade processadora de ordem do cliente

Estrutura do *Open Insurance*

Voluntárias

Instituições que identificam oportunidades no ecossistema

Compartilhamento de **dados** abertos ou **serviço** de iniciação de movimentação

Sociedades supervisionadas **autorizadas** a funcionar pela **SUSEP**[2]

Fontes: *Open Insurance* Brasil e análises da Strategy&.
[1] Maiores empresas do mercado brasileiro: provisões técnicas iguais ou superiores a 0,2% do total das provisões técnicas de todo o mercado supervisionado pela Susep[2]; prêmios iguais ou superiores a 0,9% do total de prêmios de todo o mercado supervisionado pela Susep[2]; ou prêmios de resseguro e retrocessão, líquidos de atualização, iguais ou superiores a 0,09% do total de prêmios de todo o mercado fiscalizado pela Susep[2].
[2] Autorreguladoras, capitalização, corretores de resseguro, previdência, seguradoras e resseguradoras.

Fases do *Open Insurance*

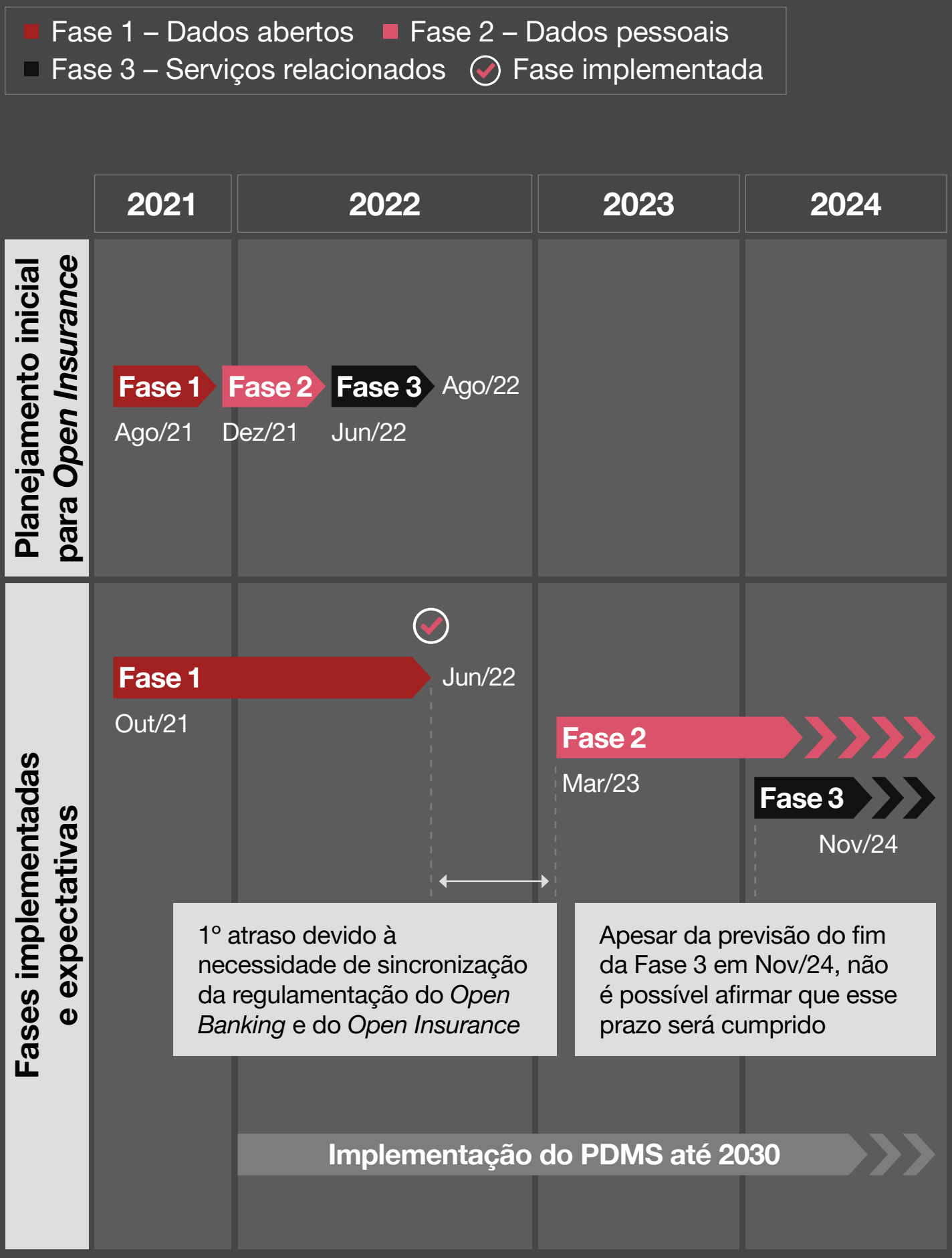
O *Open Insurance* será implementado em três fases:

Obrigados a participar:
- Sociedades supervisionadas participantes
- Sociedade processadora de ordem do cliente (SPOC)

	Descrição	Dados e serviços compartilhados
Fase I **Dados abertos**	**Abertura e padronização dos dados das seguradoras** • Informações sobre canais de atendimento, produtos e serviços devem ser disponibilizadas.	• Canais de Atendimento • Produtos disponíveis • Dados públicos divulgados pela SUSEP
Fase II **Dados pessoais**	**Compartilhamento de dados do consumidor** • Consumidores poderão compartilhar seus dados com as seguradoras de sua escolha. • Controle de dados: mediante consentimento, sob controle do consumidor.	• Cadastro de clientes e representantes • Transações de clientes relacionadas ao produto • Registro de dispositivos eletrônicos
Fase III **Serviços relacionados**	**Serviços à escolha do consumidor** • Acesso aos serviços de seguros sem a necessidade de acessar os canais das seguradoras.	• Compra • Endosso • Resgate ou portabilidade • Pagamento da rifa • Aviso de reclamação

Cronograma

Os prazos de implementação do *Open Insurance* foram postergados, especialmente devido à necessidade de sincronização com a regulamentação do *Open Finance* e à alta complexidade regulatória e tecnológica do projeto. A última data divulgada para a finalização da implementação é novembro de 2024.



Fontes: *Open Insurance* Brasil, Insurtalk e análises da Strategy&.

Oportunidades do *Open Insurance* e como aproveitar o ecossistema

Fase 1

Na Fase 1, a obrigação das seguradoras de disponibilizar informações detalhadas e padronizadas sobre seus produtos facilita consideravelmente a comparação de preços dos serviços, tornando o processo – que já poderia ser feito por multicotadores customizados – mais ágil e padronizado entre as seguradoras.

Além disso, essa transparência reforçada permite uma oferta mais fluida de seguros em vendas comerciais, com garantias estendidas e outros serviços correlacionados, beneficiando tanto consumidores quanto empresas ao oferecer opções mais claras e acessíveis.

Dessa forma, para explorar as estruturas dessa fase, será necessário estruturar uma equipe focada em análise dos dados abertos, uma vez que esse movimento permitirá extrações de insights de mercado de modo mais simples e padronizado. Isso tornará a seguradora mais competitiva para que ela possa competir por participação de mercado de maneira mais eficiente.

Por exemplo, já é possível comparar os tipos de cobertura oferecidas por cada companhia seguradora utilizando dados da Fase 1. A CNseg desenvolveu um portal que alavanca os dados do *Open Insurance* para tabelar os tipos de coberturas em cada segmento de seguros, ainda que não seja possível comparar preços.

Assim, as seguradoras podem facilmente mapear os portfólios de suas principais concorrentes e avaliar o posicionamento de suas ofertas. As API (Interfaces de Programação de Aplicações) disponibilizadas também permitem entender as características e especificidades dos produtos oferecidos.

Além disso, dados como localização de redes referenciadas de concorrentes podem ajudar as seguradoras a entender a sua rede de atuação e mapear onde o seu público-alvo é atendido, enquanto dados sobre canais e tipos de serviços que podem ser solicitados permitem mapear como o consumidor é atendido pela concorrência.

As seguradoras poderão explorar as estruturas construídas na Fase 1 do *Open Finance* ao estruturar uma equipe focada na análise dos dados abertos

Exploração dos dados

- A demanda criada pela Fase 1 vai **além de atender ao ambiente regulatório**.
- É necessário criar um ambiente voltado para a **exploração dos dados**, que se tornam mais acessíveis aos provedores de serviços.

Análises de mercado

- A análise dos dados permitirá entender de forma mais **eficiente** e **automática** as ofertas das **concorrentes** por meio de seus API.
- Isso possibilitará extrair **insights relevantes** para melhorar e ajustar as ofertas conforme as demandas do mercado.

Ofertas específicas

- A disponibilidade de informações possibilitada pela Fase 1 permite **ofertas mais fluidas** de seguros durante **vendas comerciais** (e.g. garantias estendidas).
- Esse movimento beneficia tanto **consumidores** quanto **empresas** ao oferecer mais opções com mais clareza.

Fase 2

A Fase 2 permite que o cliente escolha quem terá acesso aos seus dados. Por exemplo, ele poderá escolher quem saberá quais seguros contratou, a que valor e quando são renovados. Isso abre uma série de oportunidades para as seguradoras aprimorarem suas ofertas.

As discussões sobre como se posicionar diante desse contexto passam a ganhar mais destaque, com foco em possíveis ações a serem tomadas:

Ações de defesa: o avanço da Fase 2 exigirá dos *players* uma maior atenção às concorrentes, tornando necessário alavancar formas de defender *share* nesse novo cenário.

Exemplos de ações defensivas: ativação de clientes por meio de *push* via app ou ligações; e renovação antecipada antes da abordagem da concorrência.

Ações de ataque: a Fase 2 do *Open Insurance* também abre a possibilidade de melhorar a prospecção de novos clientes, aproveitando os dados de quem ainda não é usuário para criar novas estratégias.

Exemplos de ações ofensivas: personalização de produtos, tornando-os mais próximos da necessidade do cliente; e criação de campanhas para promover o compartilhamento de dados de potenciais consumidores.

Separamos exemplos de como essas ações podem ganhar forma em dois segmentos relevantes do mercado de seguros – o automobilístico e de vida:

Seguro automobilístico

- Cliente tem um seguro de automóvel na seguradora A.
- Após uma campanha de atração, ele permite o **compartilhamento de dados** com a seguradora B.
- A seguradora B, após análise de dados, oferece produto com **ofertas diferenciadas** de coberturas e serviços adicionais (guincho, carro reserva etc.).
- Oferta é feita **um mês antes** do final do contrato do cliente.

Seguro de vida

Uso de dados gerados por **outros tipos de seguros** para:

- Ajudar na melhoria da **avaliação do perfil de riscos** de novos clientes.
- **Entender o estilo de vida do cliente**, visando gerar descontos ou benefícios.
- **Precificação personalizada**, criando produtos específicos para cada necessidade.

Inspiração no *Open Finance*

O *Open Finance* pode inspirar resultados alcançáveis na Fase 2 do *Open Insurance* por meio de algumas referências de aplicação e resultados obtidos.

Banco do Brasil

O Banco do Brasil usou os dados disponíveis graças ao *Open Finance* para ter estimativas mais precisas da capacidade de pagamento de seus clientes, aumentando, assim, seus limites de crédito.

Outcomes

700 milhões

de reais de aumento de limite para clientes, graças ao compartilhamento de informações

1 bilhão

de reais de portabilidade de crédito com o uso do *Open Finance*

Nubank

O Nubank passou a notificar clientes sobre dinheiro parado, permitindo uma melhor alocação de recursos. Além disso, o banco avisa quando o cliente entra no cheque especial, possibilitando a escolha entre regularizar o saldo ou reduzir as taxas.

Outcomes

6,4 milhões

de reais de economia para clientes em juros

1,4 milhões

de clientes alertados com aviso de dinheiro parado

77%

de satisfação com os produtos do *Open Finance*

Devido à similaridade nos formatos, os impactos na Fase 2 do *Open Insurance* devem seguir dinâmicas próximas as do *Open Finance*. Dessa forma, o objetivo de melhorar as **ofertas de serviços e formas de servir os clientes** deve se ampliar ainda mais.

Fase 3

Na Fase 3, deveremos ver um incremento importante nas capacidades digitais e, consequentemente, na oferta de serviços dos provedores de seguros, ampliando as opções e melhorando a experiência do consumidor com mais inovação e individualização.

O que esperar da Fase 3 do *Open Insurance*

Digitalização: incremento importante nas capacidade digitais e, consequentemente, na oferta e diversidade de serviços dos provedores e corretores de seguro com a liberação da SPOC[1].

Agilidade: uso do *Open Insurance* para realizar a abertura de sinistros, cotar e contratar seguros e utilizar algumas oportunidades relacionadas a *marketplace* de forma simples e rápida.

Integração com ecossistemas financeiros[2]: conexão com o *Open Banking* para realização de pagamentos de indenizações e prêmios, por exemplo.

Personalização: criação de um cardápio de seguros totalmente personalizável, que indicará produtos aos clientes com base no seu histórico de consumo.

Cibersegurança: com o compartilhamento de dados virando uma peça central na criação de novos produtos, a preocupação com a proteção de dados deve aumentar, levando à necessidade de maiores investimentos.

Nota: (1) Sociedade Processadora de Ordem do Cliente; (2) Depende da deliberação e evolução do ecossistema do *Open Finance*.
Fontes: Infomoney, *Open Insurance* Brasil, Valor Econômico e análises da Strategy&.

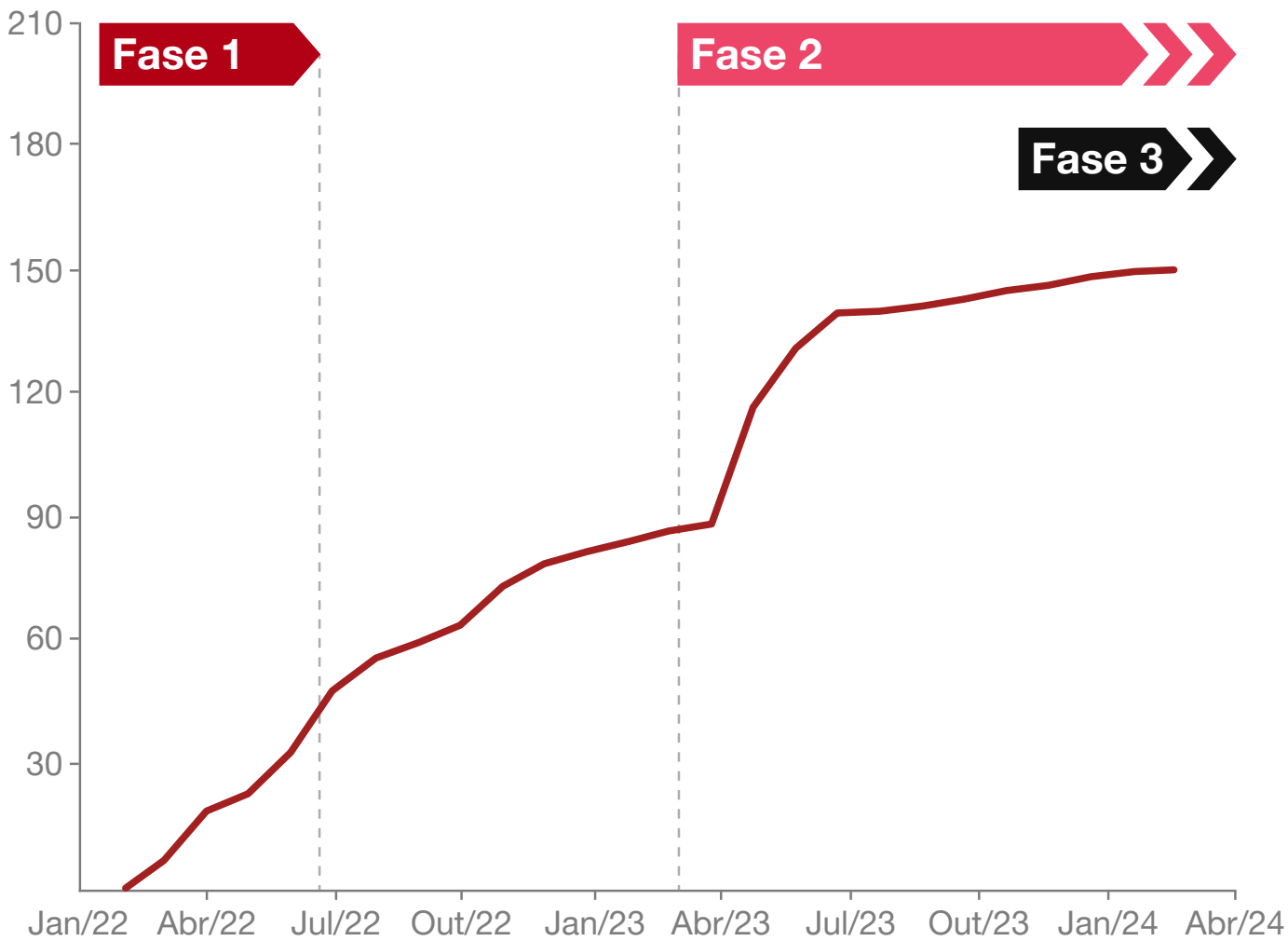
Crescimento da infraestrutura

O mercado brasileiro exibiu uma capacidade de adaptação notável, demonstrada pelo crescimento constante no número de chamadas de API, que começou na Fase 1, em janeiro de 2022, e alcançou impressionantes 160 milhões de chamadas em 2023.

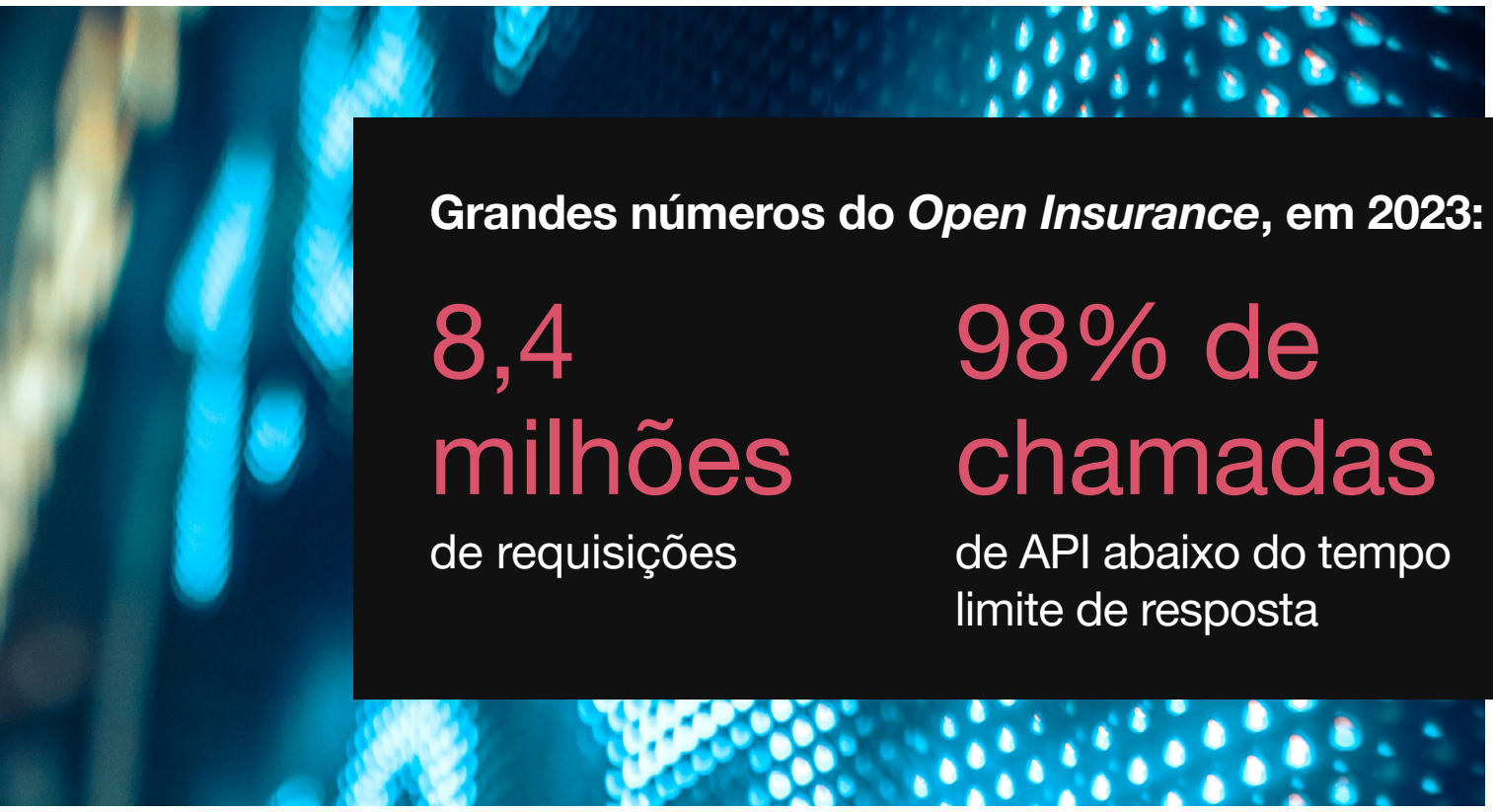
Esse aumento significativo destaca a aceitação e a rápida adoção das novas práticas e tecnologias introduzidas pelo *Open Insurance* pelas empresas do setor. Além disso, a evidência de melhorias contínuas e avanços indica um potencial ainda maior para expandir esses números à medida em que a implementação do *Open Insurance* vai evoluindo.

Esses indicadores positivos apontam para uma trajetória de crescimento no mercado brasileiro, impulsionada pela implementação eficaz e progressiva das oportunidades oferecidas pelo *Open Insurance*.

Número acumulado de chamadas de API bem sucedidas
(Milhões de chamadas)



Fontes: *Open Insurance* Brasil e análises da Strategy&.



É importante destacar que os serviços do *Open Insurance* têm menor frequência que outros serviços do *Open Finance*, e isso é dado pelas naturezas distintas de cada serviço: as interações de seguro são bem menos frequentes do que as operações financeiras individuais.

Oportunidades de crescimento

Estamos diante de um período repleto de oportunidades de crescimento, impulsionadas tanto pela agenda do PDMS quanto pela agenda do *Open Insurance*. As seguradoras que se adaptarem às expectativas dos consumidores digitais rapidamente e souberem explorar as possibilidades oferecidas pelo *Open Insurance* conseguirão oferecer produtos personalizados e mais eficazes.

Isso as coloca em vantagem em um mercado que está não apenas crescendo, mas também se tornando mais acessível e inclusivo. Para isso, é essencial que as seguradoras reestruturem sua forma de apresentar as informações ao público, desenvolvam novos produtos e utilizem canais digitais para engajar os clientes de maneira mais eficiente e direta.

As vantagens do *Open Insurance* são evidentes, embora haja desafios, como a necessidade de harmonizar as suas regulamentações com as do *Open Finance* e aprimorar a infraestrutura digital – que exibe um crescimento contínuo nas chamadas de API.

Fontes: *Open Insurance* Brasil e análises da Strategy&.

Contexto atual do mercado

2

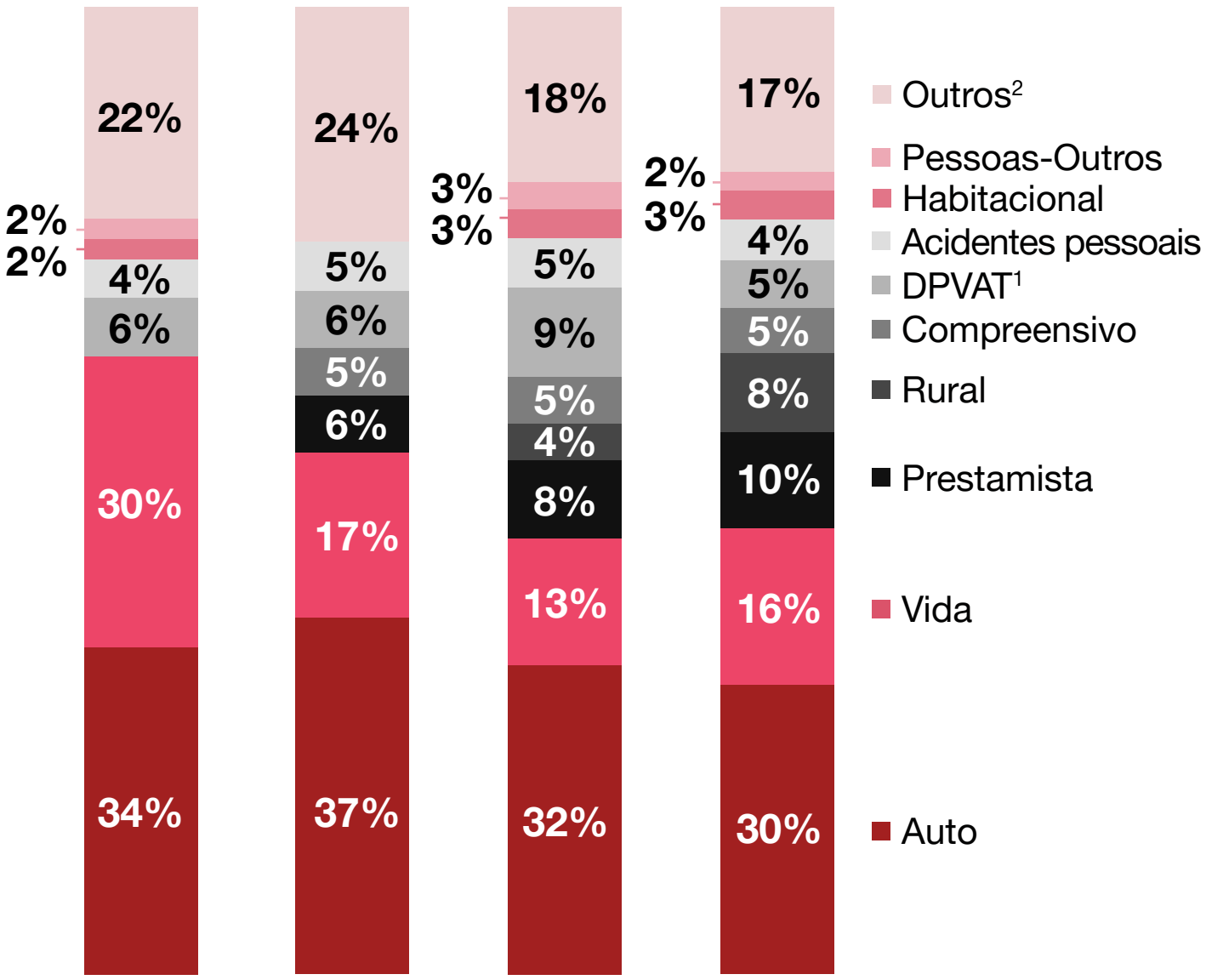
No Brasil, o mercado de seguros se concentra historicamente em poucos setores, embora outros venham ganhando espaço recentemente. Nesse sentido, os setores de automóveis, vida, prestamista e rural são as modalidades que concentram cerca de 64% do mercado.

A modalidade de seguro para automóveis é líder do setor, mas vem perdendo participação (4 pontos percentuais desde 2002).

O segmento que mais perdeu participação, no entanto, foi o de seguro de vida (14 pontos percentuais desde 2002). Apesar disso, recentemente, impulsionado pelos efeitos da pandemia, o setor registrou uma recuperação parcial.

O setor rural foi o que mais aumentou sua participação no mesmo período, com um crescimento de 8 pontos percentuais desde 2002, favorecido por subsídios governamentais e por problemas no campo, como quebras de safras.

Concentração das linhas de serviço



Fontes: Susep, CNseg, Infomoney e análises da Strategy&.
[1] O seguro DPVAT vem reduzindo sua participação desde a redução de prêmios em 2019.
[2] Composição de outros: garantia estendida, garantia segurado, crédito interno, transporte rodoviário, riscos de petróleo, transporte nacional, fiança locatícia, transporte internacional, funeral e ramos remanescentes.

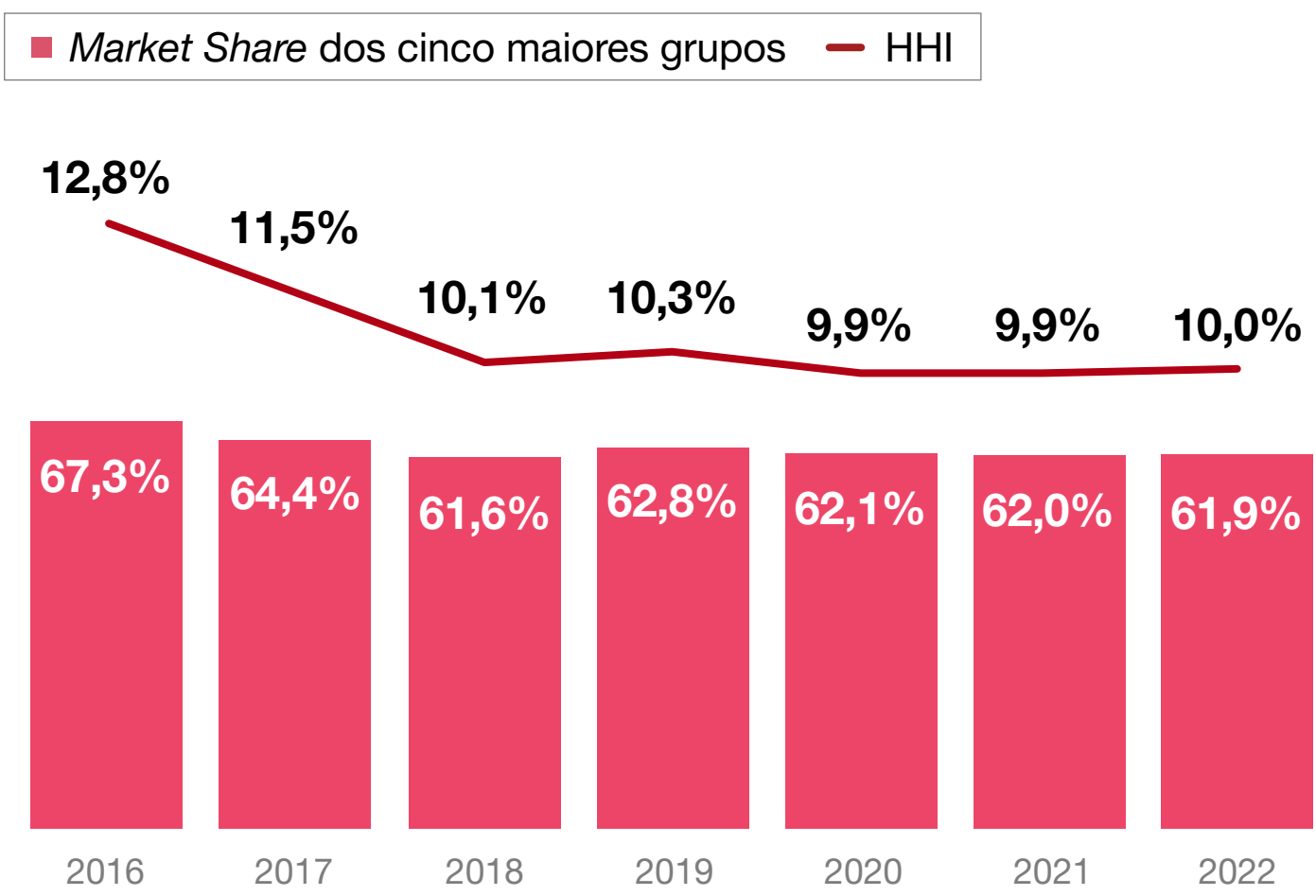
Fragmentação do mercado abre oportunidades

A participação das cinco maiores seguradoras mostra uma tendência de queda, e o baixo valor do Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) sinaliza um mercado brasileiro de seguros bastante fragmentado.

Essa fragmentação, no entanto, abre espaço para oportunidades de crescimento baseadas no *Open Insurance*, com potencial para redução de barreiras de entrada e aumento da competição no mercado.

Por exemplo, seguradoras menores e regionais podem se beneficiar do acesso facilitado a dados e serviços de outras empresas por meio de API, tornando-se, assim, mais competitivas com a ampliação de suas ofertas de produtos e serviços.

Índice de concentração do setor de seguros



O **Índice HHI (Herfindahl-Hirschman)** representa o nível de concentração de um mercado.

<15% – concentração baixa
15% a 25% – concentração moderada
>25% – concentração alta

Fontes: Susep, CNseg, Infomoney e análises da Strategy& (seguros de saúde foram desconsiderados).

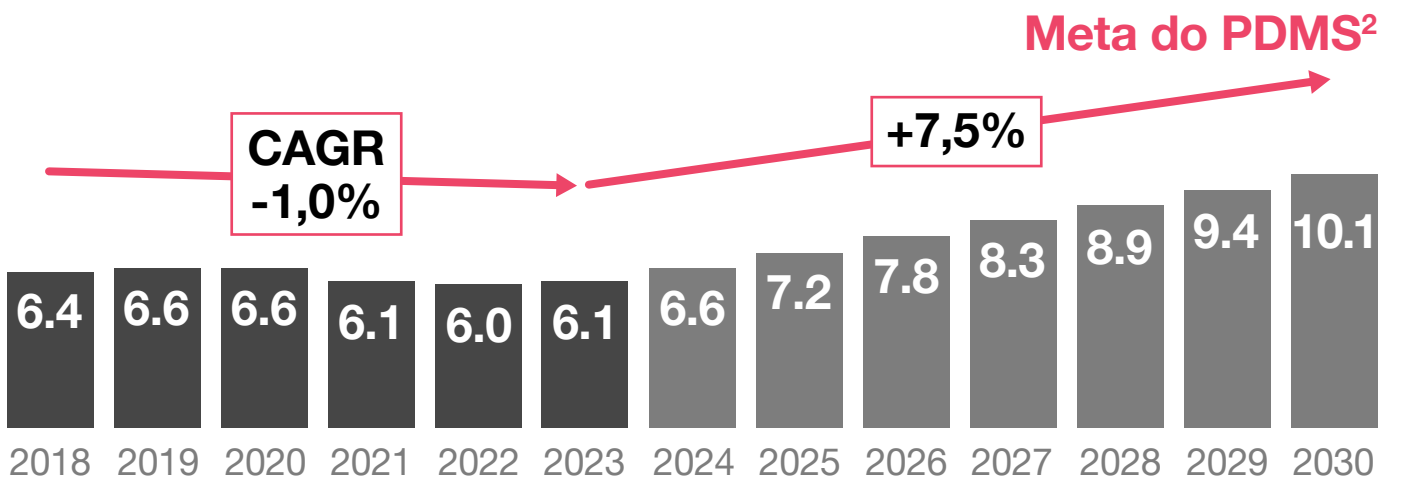
Crescimento do mercado de seguros

A participação do setor de seguros no PIB brasileiro permaneceu estável em 6,1% em 2023. Apesar dos desafios econômicos e culturais, existe uma oportunidade significativa para as seguradoras no Brasil promoverem a conscientização sobre a importância dos seguros entre a população e aumentarem sua penetração.

Com a meta estabelecida pelo PDMS de aumentar a participação do mercado de seguros para 10,1% do PIB até 2030, o *Open Insurance* se posiciona como um catalisador essencial para impulsionar as iniciativas delineadas no plano.

Penetração da arrecadação no PIB nominal

% PIB[1]



Mercado de seguros em 2030, por segmento (PMDS[2])

R$ bilhões

Segmentos	Efeitos Macro[3]	Aumento 2022-30	Efeitos Micro[5]	Total
1. Seguros de pessoas e previdência comp. aberta	364,4	150,1	85,8	**450,3**
1.1 Acumulação	266,3	109,9	62,6	**328,9**
1.2 Riscos	98,2	40,3	23,2	**121,4**
2. Seguros gerais	152,2	38,9	76,0	**228,1**
3. Títulos de capitalização	34,4	6	19,7	**54,1**
4. Saúde suplementar	366,0	99,5	41,3	**407,3**
Total do setor de seguros	917,0	294,6	222,8	**1139,8**
	8,1% do PIB		**2,0%** do PIB	**10,1%** do PIB

[1] Visão da CNseg.
[2] Plano de desenvolvimento do Mercado de Seguros.
[3] Efeitos Macro: projeções de efeitos macroeconômicos, como inflação e variação do PIB.
[4] Variação do mercado de seguros entre 2022 e 2030, pós Efeitos Macro.
[5] Efeitos Micro: contribuições próprias do setor, previstas pelo PDMS.
Fontes: CNSeg e análises da Strategy&.

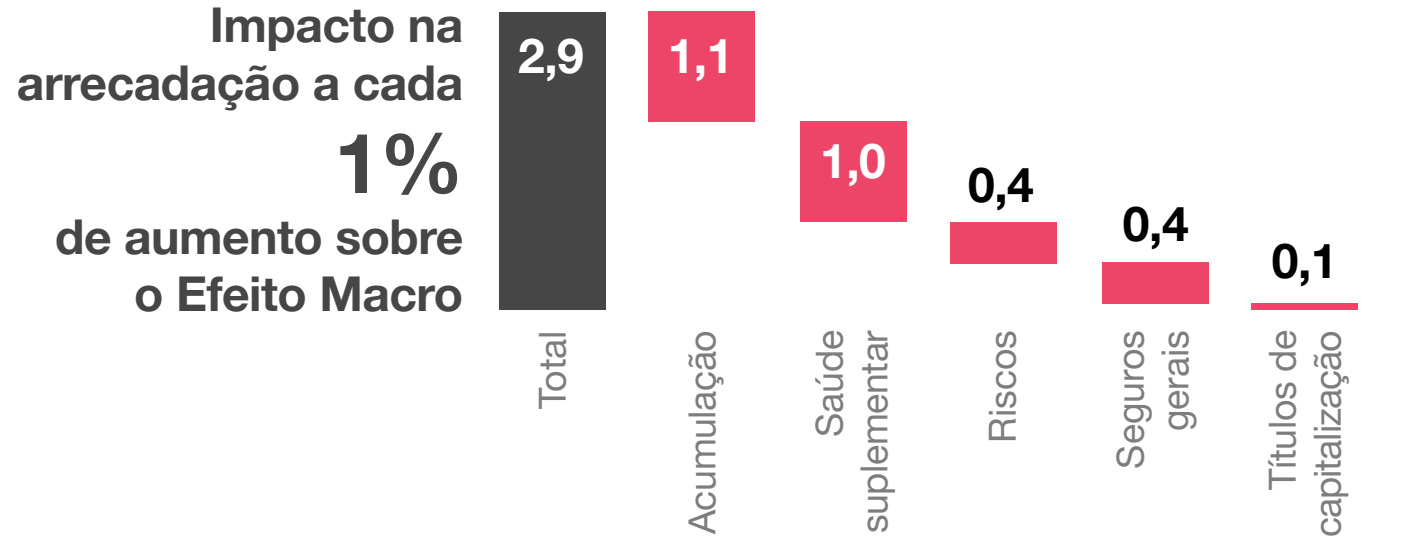
Para suas estimativas, a CNSeg analisou os Efeitos Macro que consideram os efeitos macroeconômicos, como inflação e variação do PIB; e Efeitos Micro que consideram as contribuições próprias do setor por meio de ações específicas de melhorias e avanços estruturais, previstos pelo PDMS.

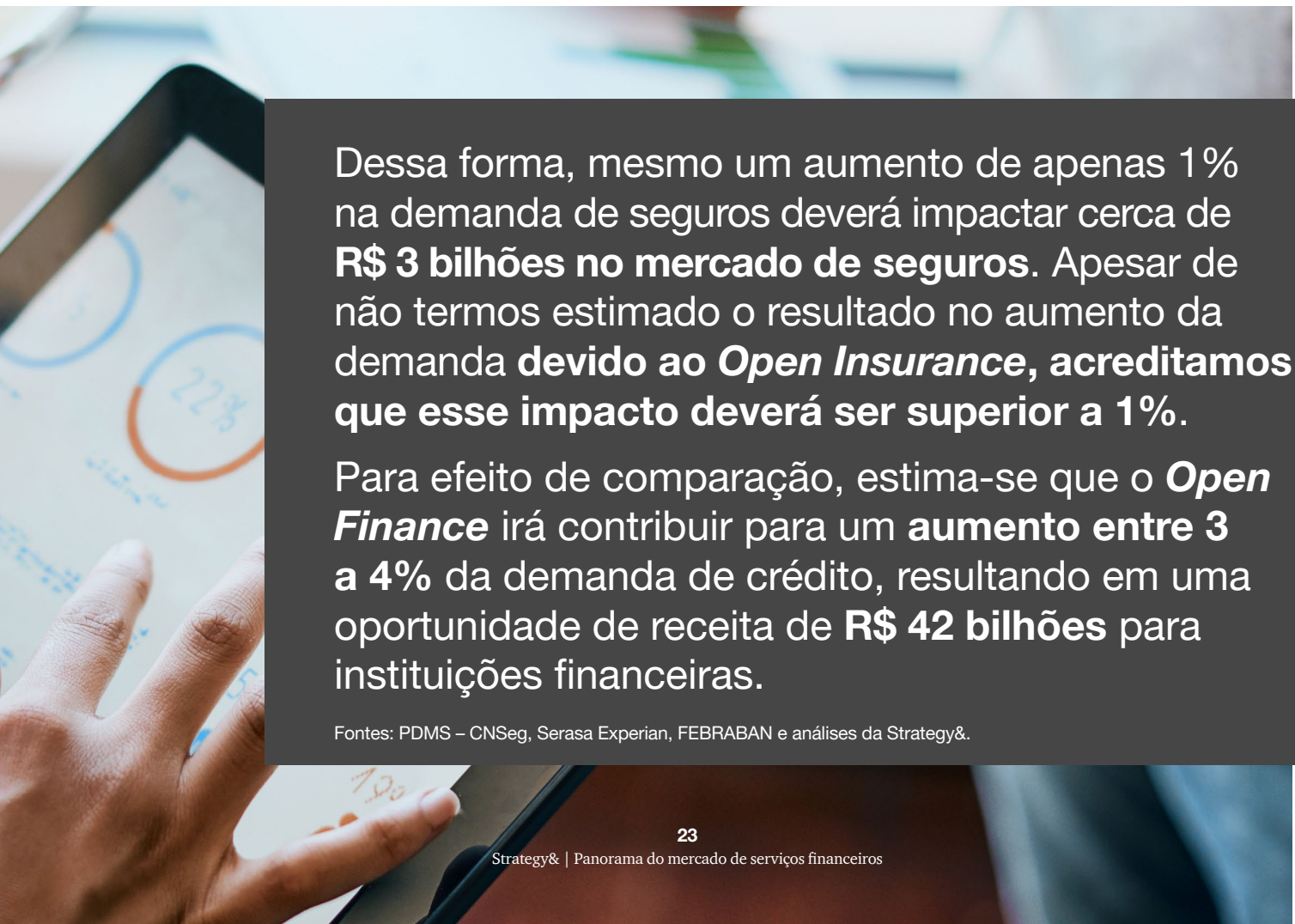
Nesse contexto, o PDMS estimou que o mercado de seguros em 2030 tem potencial de atingir R$ 1,14 trilhões.

Potencial impacto na arrecadação

O *Open Insurance* impactará a demanda de seguros, o que causará um aumento do tamanho potencial de mercado a ser explorado. O quadro a seguir demonstra o impacto na arrecadação a cada 1% de aumento sobre o Efeito Macro calculado no PDMS, em 2030:

Arrecadação adicional em 2030, em R$ bilhões





Dessa forma, mesmo um aumento de apenas 1% na demanda de seguros deverá impactar cerca de **R$ 3 bilhões no mercado de seguros**. Apesar de não termos estimado o resultado no aumento da demanda **devido ao *Open Insurance*, acreditamos que esse impacto deverá ser superior a 1%**.

Para efeito de comparação, estima-se que o ***Open Finance*** irá contribuir para um **aumento entre 3 a 4%** da demanda de crédito, resultando em uma oportunidade de receita de **R$ 42 bilhões** para instituições financeiras.

Fontes: PDMS – CNSeg, Serasa Experian, FEBRABAN e análises da Strategy&.

Desafios, riscos e oportunidades

3

A implementação bem-sucedida do *Open Insurance* depende diretamente do engajamento ativo dos *players* do mercado nas iniciativas que transformarão o setor. A resistência ou a falha em se adaptar ao novo cenário podem trazer riscos relevantes para as empresas, afetando sua competitividade e a capacidade de atender às novas expectativas dos clientes. A seguir, apresentamos os principais desafios, riscos e oportunidades desse processo.

Foco no cliente: a base para o crescimento

O consumidor atual busca mais do que simples apólices: ele procura segurança, privacidade e transparência nas informações ao fazer suas escolhas de seguros. Priorizar essas expectativas é fundamental para estabelecer uma base sólida de confiança e lealdade.

Ignorar as necessidades do consumidor, especialmente ao não adotar novos canais de distribuição, pode representar um risco significativo, afastando clientes que valorizam a conveniência e a personalização em seus serviços.

1

Colaboração: um imperativo estratégico

É importante estimular a competição saudável e a colaboração entre empresas. Isso envolve padronização, concorrência leal e inovação. Ao limitar o acesso a dados e tecnologias compartilhadas, as empresas correm o risco de perder oportunidades valiosas para colaborar e desenvolver soluções e modelos de negócios inovadores.

Assim, a **exclusão desse ecossistema de colaboração** pode impedir o desenvolvimento e a oferta de novos produtos, além de comprometer a experiência do cliente.

2

Melhoria contínua: o motor da diferenciação

Uma governança robusta, um *compliance* rigoroso e uma cultura organizacional voltada para a melhoria contínua são fatores essenciais para que uma seguradora se destaque no mercado. Sem esses elementos, a **perda de competitividade** é inevitável, especialmente em um ambiente de mercado que exige soluções personalizadas e ágeis.

3

Crescimento sustentável: visão de futuro

As transformações no setor segurador devem expandir significativamente o mercado por meio de duas principais alavancas de crescimento: a ampliação da oferta de produtos e a entrada de novos *players*.

No entanto, é crucial que as empresas mantenham o foco em sua rentabilidade para assegurar um crescimento sustentável e de longo prazo. Além disso, a falta de acesso a dados de clientes de forma padronizada pode **comprometer a eficiência operacional**, tornando as operações obsoletas e ineficazes.

4

Quatro áreas-chave para transformar o mercado de seguros

Inovação em produtos

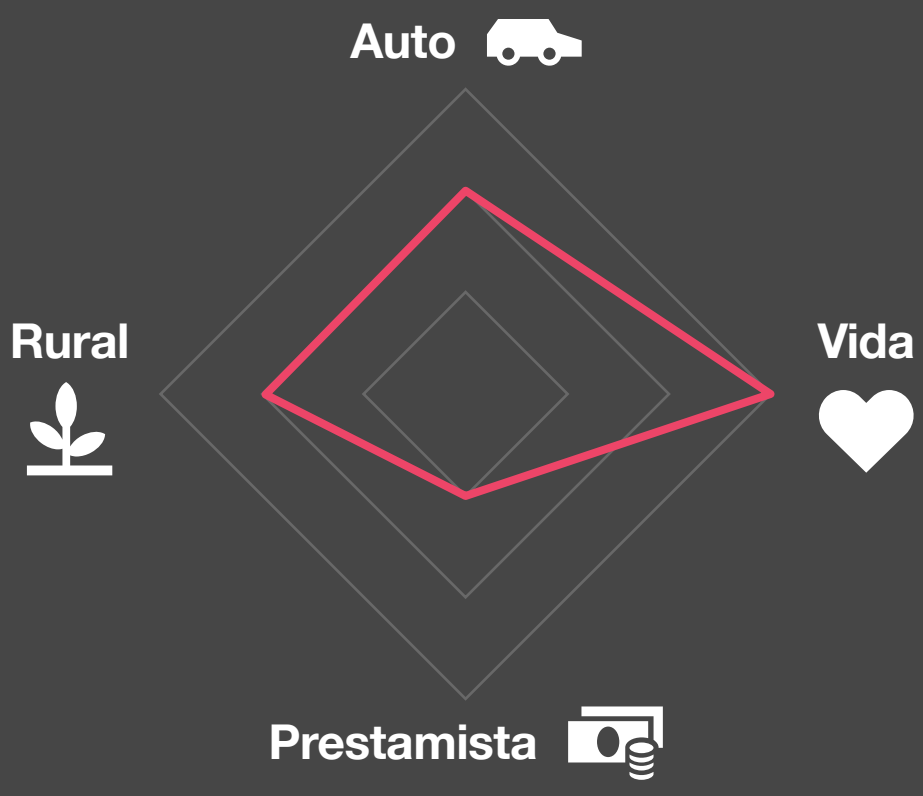
Desenvolver produtos que atendam às necessidades específicas dos clientes é mais do que uma vantagem competitiva – é uma necessidade.

A tendência de hiperpersonalização e integração de informações financeiras exigem que as seguradoras sejam ágeis e inovadoras. Isso envolve explorar novos segmentos e expandir sua presença no mercado brasileiro.

Análise de segmentos

- **Auto:** produto **maduro** com limitação na personalização no cenário atual.
- **Vida:** amplo oferecimento ao cliente corporativo, porém apresenta **baixa maturidade** para clientes **pessoa física**.
- **Prestamista:** produto **maduro** atrelado a serviços financeiros com **pouca flexibilidade** na inovação de novas variações do produto.
- **Rural:** possibilidade de **personalização limitada** dado o alto ticket do produto estabelecido e a alta demanda direcionada ao seguro obrigatório.

Capacidade de impacto nos principais segmentos de seguros



Expansão de canais

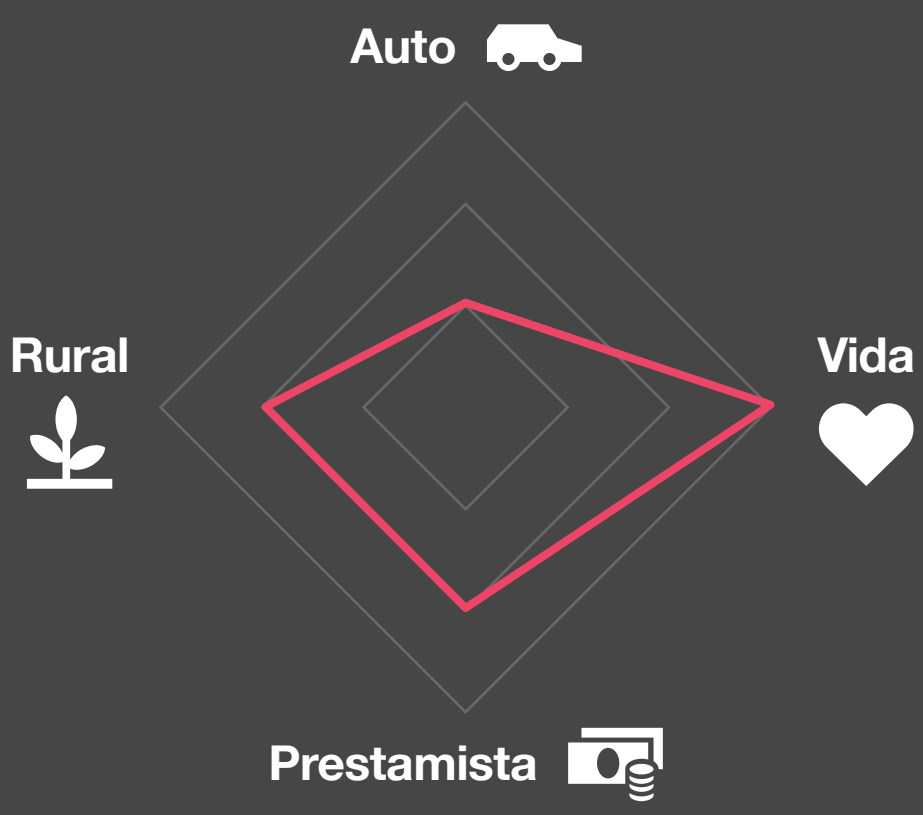
A era digital é uma realidade incontestável que exige uma adaptação dos canais de distribuição. A interação direta com o cliente e o estabelecimento de parcerias estratégicas são essenciais para aumentar a personalização e melhorar a compreensão das necessidades do cliente.

Além disso, a integração de plataformas digitais e o uso de dados para aprimorar a oferta são fundamentais para conquistar e fidelizar usuários.

Análise de segmentos

- **Auto:** canal corretor e digital bem estabelecido e maduro, com **incrementos marginais** que podem contribuir para o crescimento do mercado.
- **Vida:** conexão bem estabelecida entre seguradoras e clientes corporativos, com grande possibilidade de **expansão** para o cliente **pessoa física** por meio do canal digital.
- **Prestamista e rural:** clientes corporativos maduros e possibilidade de aumento de penetração para **clientes de menor ticket com escala digital**.

Capacidade de impacto nos principais segmentos de seguros



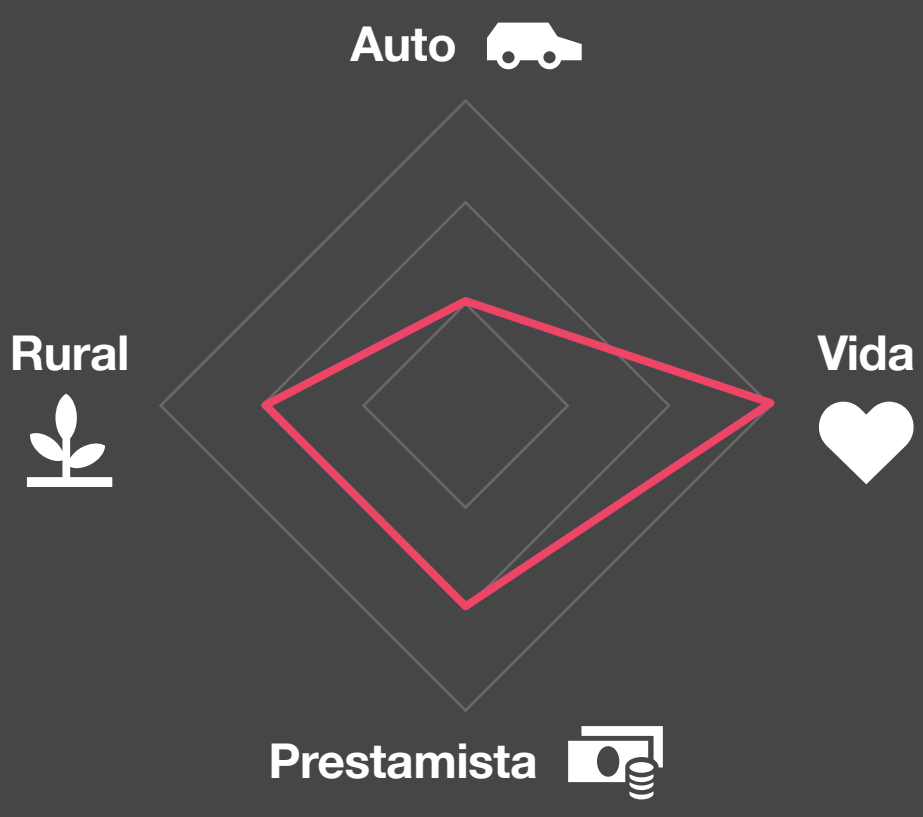
Melhoria da acessibilidade

É crucial ampliar o acesso aos seguros para aumentar a conscientização sobre a importância desses produtos e alcançar a população desatendida. Simplificar a comunicação e fornecer comparações transparentes entre as opções disponíveis pode impulsionar a expansão do mercado de forma significativa.

Análise de segmentos

- **Auto:** segmento maduro e amplo conhecimento, com **potencial limitado** de crescimento por meio da comunicação.
- **Vida: elevado potencial** para ampliação de base de clientes, principalmente, sua base de **pessoas físicas**, dado o baixo conhecimento do público sobre seus produtos.
- **Prestamista:** produto com baixo entendimento para clientes de menor ticket, porém, com **relativo potencial** por meio da **comunicação ampla**.
- **Rural:** produto de contratação obrigatória com oportunidade de expansão com **comunicação efetiva**.

Capacidade de impacto nos principais segmentos de seguros



Jornadas integradas

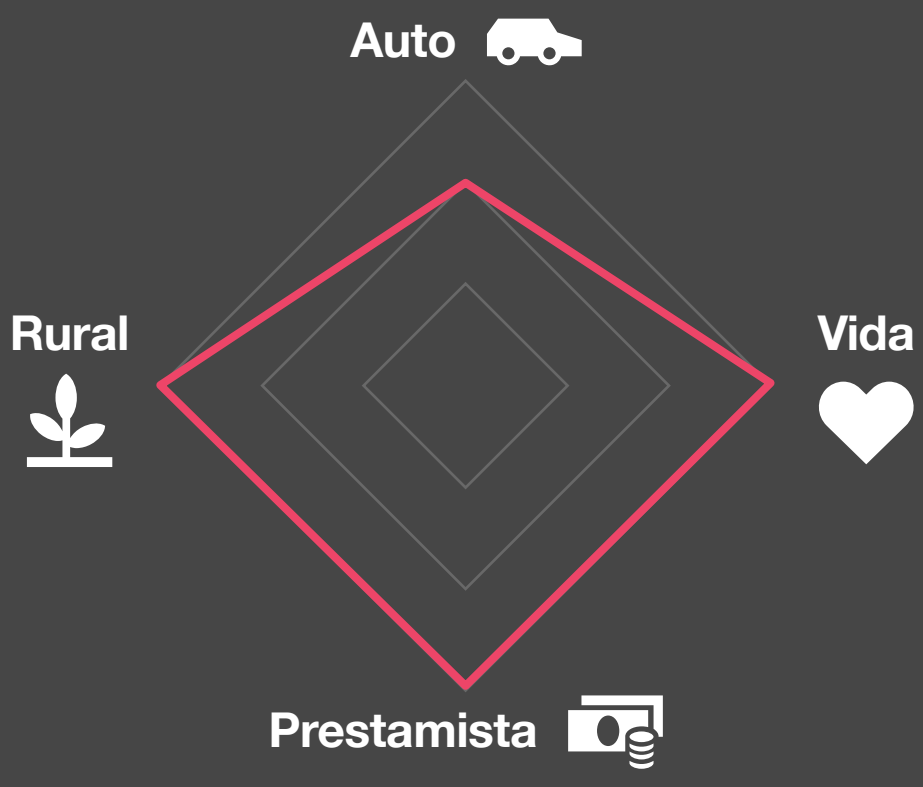
O setor de seguros precisa se preparar para a chegada de novos entrantes com modelos de negócios inovadores, geralmente baseados em tecnologia e na integração com outros serviços financeiros.

Essa situação representa uma oportunidade valiosa para as seguradoras existentes repensarem suas estratégias e explorarem sinergias que possam expandir seus horizontes e fortalecer sua posição no mercado.

Análise de segmentos

- **Auto: sinergia financeira avançada** dada maturidade do mercado limita o potencial de crescimento por meio da integração somente.
- **Vida:** potencial para ***players* consolidados** e novos oferecerem produtos por *cross sell*.
- **Prestamista:** sinergia com **operações de crédito** podem aumentar o mercado por meio do foco em clientes de **menor ticket**.
- **Rural:** integração com **instrumentos de crédito rural** tem potencial para crescer ao alavancar produtos mais sofisticados e contribuir para **redução de riscos**.

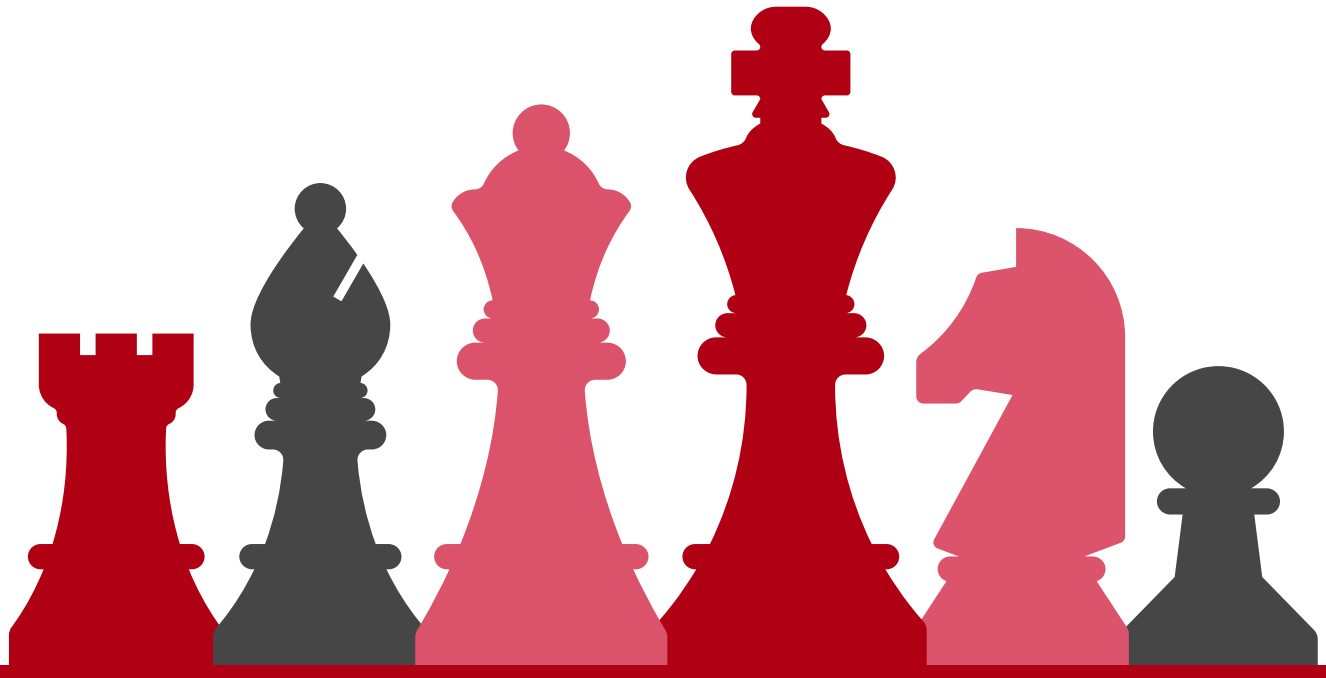
Capacidade de impacto nos principais segmentos de seguros



Como se posicionar no *Open Insurance*

4

Existem três possíveis direcionamentos estratégicos no ecossistema do *Open Insurance*:



Ataque

As empresas buscam expandir sua participação no mercado, criando produtos com propostas de valor únicas e formando parcerias estratégicas. A diferenciação tecnológica e a digitalização são essenciais, assim como a precificação inteligente.

Defesa

As empresas estão concentradas em proteger sua base de clientes e manter a rentabilidade. O relacionamento de longo prazo com o cliente é vital, além da otimização de custos e receitas, e da manutenção de um portfólio diversificado.

Facilitação

As empresas facilitam o desenvolvimento do mercado, oferecendo *marketplaces* de seguros e gestão personalizada de seguros (PIM, na sigla em inglês), além da implementação de *sandboxes*, empréstimos de licenças e API.

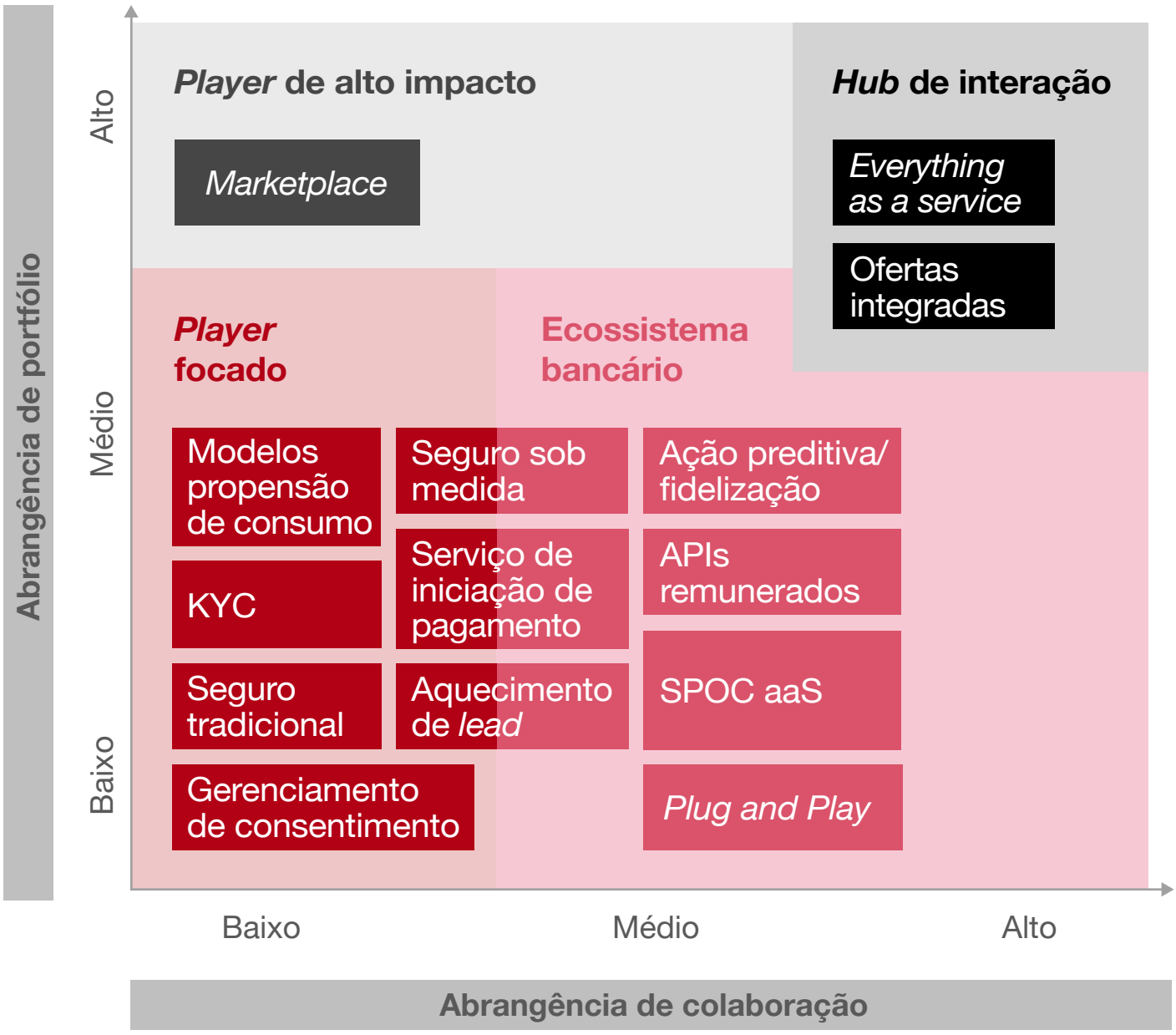
Alternativas de posicionamento estratégico

Cada direcionamento estratégico deve considerar o objetivo almejado e as capacidades da empresa. Para identificar os possíveis rumos estratégicos, é preciso conduzir uma análise detalhada do portfólio da empresa e do nível de colaboração desejado com o ecossistema no qual ela está inserida. Como resultado dessa análise, são identificadas as seguintes opções estratégicas:

***Player* focado**	Oferta de uma categoria específica de produto de seguros restrita ao próprio canal.
***Player* de alto impacto**	Foco em oferecer um portfólio amplo de produtos de seguros utilizando canais próprios ou de terceiros.
Ecossistema de serviços	Oferta de produtos de seguros de forma colaborativa, complementadas com prateleiras de outros serviços – por exemplo, do ecossistema bancário. Pode utilizar canais próprios ou de parceiros.
***Hub* de integração**	Oferta de produtos financeiros e não financeiros, tanto próprios quanto de terceiros, em sua plataforma ou em plataformas parceiras.

Esquema de posicionamento nas oportunidades do *Open Insurance*

Para otimizar as oportunidades do *Open Insurance*, é preciso ter clareza sobre o posicionamento e os objetivos estratégicos.



Nota: Sociedade Processadora de Ordem do Cliente (SPOC aaS).
Fonte: análises da Strategy&.

Player de alto impacto

- Como fazer para aumentar o *cross-selling* de produtos e serviços de seguros?
- Como fazer a experiência do cliente ser completa em diversos canais de operação?

Player focado

- Como o *Open Insurance* pode evoluir a experiência do cliente?
- Como agregar a identidade digital do cliente nos produtos?
- Quais oportunidades o *Open Insurance* traz para reduzir gastos operacionais?

Hub de integração

- Como ofertar produtos de terceiros e próprios, garantindo clientes rentáveis?
- Como utilizar o *Open Insurance* para ter um melhor relacionamento com terceiros?

Ecossistema de serviços

- Quais são as parcerias que devem ser exploradas para melhorar a rentabilidade?
- Como o *Open Insurance* pode contribuir para melhorar a taxa de adesão de produtos?

Contatos

Eliseu Tudisco
Sócio da Strategy&
eliseu.tudisco@pwc.com

Willer Marcondes
Sócio da Strategy&
willer.marcondes@pwc.com

Lindomar Schmoller
Sócio e líder da indústria de Serviços Financeiros da PwC Brasil
lindomar.schmoller@pwc.com

Maria Cury
Sócia e líder do setor de seguros da PwC Brasil
maria.jose.cury@pwc.com

Marcelo Tschiedel
Gerente da Strategy&
marcelo.d.tschiedel@pwc.com

strategy&
Part of the PwC network

www.strategyand.pwc.com

Neste documento, “PwC” refere-se à PwC Strategy& do Brasil Consultoria Empresarial Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: www.pwc.com/structure

© 2024 PwC Strategy& do Brasil Consultoria Empresarial Ltda. Todos os direitos reservados.