Indústria Seguradora do Brasil

Visão Executiva da Situação Atual e Perspectivas para 2015

2009

accenture

High performance. Delivered.

• Consultoria • Tecnologia • Outsourcing

RATING DE SEGUROS
CONSULTORIA

Sumário

Introdução 4

Cenário Econômico de Seguros 6

Pesquisa com Empresas 8

Recomendações 18

Conclusões do Estudo 19

Introdução

Este estudo foi realizado com o objetivo de entendermos as perspectivas do mercado de seguros brasileiro para 2015 na visão dos executivos das principais empresas do setor, considerando as questões estratégicas do negócio.

Este trabalho foi feito em parceria com o Professor Francisco Galiza, da Rating de Seguros Consultoria, especialista no setor de seguros no mercado brasileiro, e seguiu a seguinte metodologia:

- Estudo teórico dos assuntos abordados: consulta de referências nacionais e internacionais em cada um dos tópicos abordados;
- Análise de campo: entrevistas com executivos das principais seguradoras do país;
- Análise numérica e execução do texto.

Acreditamos que este estudo irá proporcionar uma visão clara das principais oportunidades e desafios para o mercado de seguros, e esperamos que os resultados apresentados possam ser utilizados pelas empresas do setor como material de referência para definições estratégicas para os próximos anos.

Cenário Econômico de Seguros

De uma forma objetiva, a análise do mercado brasileiro pode ser dividida em seis tópicos, conforme veremos a seguir:

Faturamento

A evolução da receita nos últimos três anos pode ser vista no gráfico 1. Em 2007, o montante foi de R$ 76,2 bilhões, contra R$ 66,1 bilhões em 2006 e R$ 58,3 bilhões em 2005. Entre 2006 e 2007, a variação foi de 15,3%.

Na análise dos ramos individuais, destacaram-se, em 2007, VGBL (R$ 20 bilhões), Automóvel (R$ 17 bilhões) e Pessoas e Saúde (cada um, de R$ 10 a 11 bilhões).

Nos últimos dois anos (2005 a 2007), em termos de variação relativa, a mudança média situou-se em torno de 25%. Destaca-se para, o ramo de Pessoas, com 29%. Já nos ramos de previdência, a maior variação foi com o VGBL, com 72% em dois anos.

Estes números são superiores à variação da inflação no mesmo período (por exemplo, entre 2006 e 2007, o IGPM acumulado foi de 12%, e o IPCA foi de 8%). Ou seja, o setor cresceu neste período a uma taxa média de 25% e uma variação média acumulada real de 10 a 15%, demonstrando uma situação bem favorável.

Rentabilidade

Além do faturamento, um outro número favorável é o comportamento das taxas de rentabilidade das seguradoras, representada pelo indicador Lucro Líquido/Patrimônio Líquido, conforme representação no gráfico 2.

Na análise dos números, dois aspectos podem ser ressaltados. Primeiro, a própria evolução das duas curvas (a média, representando a rentabilidade agregada de todo o setor; e a mediana, representando a mediana de todas as taxas das companhias, calculadas de forma individualizada). Um segundo ponto é a diferença entre as duas curvas - que diminuiu ao longo do tempo - representando uma maior distribuição do lucro, agora menos concentrado nas grandes companhias.

Recursos humanos

Atualmente, as seguradoras empregam, de forma direta, aproximadamente 40 mil funcionários. Comparado ao início da década, houve uma redução aproximada de 10% de mão-de-obra.

Um aspecto interessante neste segmento foi a evolução relativa do salário médio do setor, como indica o gráfico 3. Por exemplo, tomando como base o ano de 2000 (igual a 100), nos últimos dois anos os funcionários passaram de um patamar aproximado de 145 para 185, uma variação relativa de 25 a 30% acima da taxa inflacionária do mesmo período. Em 2007, considerando o montante de salários, encargos e benefícios, o gasto médio por funcionário foi de R$ 6,7 mil/mês.

Comissionamento

O gráfico 4 indica o comportamento dos custos com comissionamento (despesas de comercialização/prêmios ganhos) do setor (ramo Automóvel).

Pela evolução, observamos a queda do segmento de um patamar de 23%, em 1995, para entre 17 a 18%, em 2007. Um fato, porém, fica claro: nos últimos anos, a situação mostrou certa estabilidade (ou até mesmo uma pequena recuperação). Este fato, aliado a uma recuperação na receita dos principais ramos operados pelos corretores de seguros, fez com que a situação destes profissionais tivesse sinais de melhora.

Presença internacional

O gráfico 5 mostra alguns números da situação do Brasil diante da realidade mundial.

Os números apresentam aspectos interessantes. Primeiro: em 2007, o faturamento do setor chegou a quase US$ 40 bilhões, com uma participação de aproximadamente 1% de todo o faturamento global de seguros. Em relação a 2006, houve tanto evolução de participação no faturamento global como na receita em dólares.

Os motivos para este comportamento foram tanto a evolução da receita em reais como a valorização do real frente ao dólar, um cenário bem favorável até então.

Situação atual

Nos últimos meses, o mundo e particularmente o Brasil, entraram em um cenário econômico ainda incerto, segundo vários economistas. Os problemas na economia, iniciados no setor imobiliário norte-americano, passando para o setor financeiro e depois para a economia real, estão impactando as expectativas de crescimento do mundo todo.

O mercado de seguros no Brasil ainda não sofreu os efeitos diretos desses ajustes. De um modo geral, as seguradoras estão saudáveis. Entretanto, de forma indireta, o setor poderá ser atingido se houver uma diminuição no ritmo de crescimento do país.

Em termos internacionais, entretanto, o país deve perder participação em 2008, sobretudo pela desvalorização cambial. Para 2009, espera-se que a situação comece a melhorar no final do ano.

Gráfico 1: Evolução da receita dos ramos de seguros (R$ bilhões)

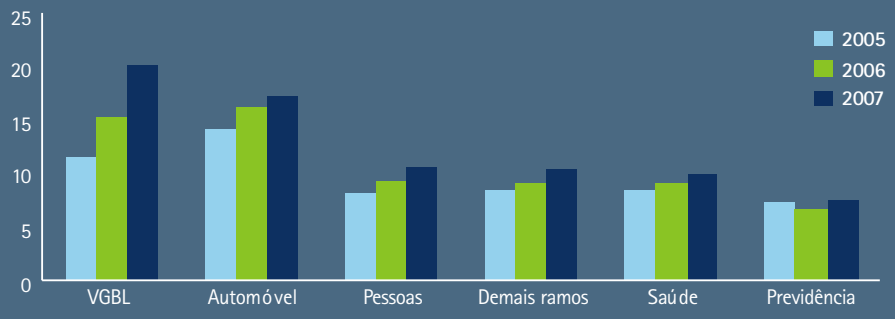


Gráfico 2: Taxas de rentabilidade – média e mediana – lucro líquido/patrimônio líquido – seguradoras brasileiras (%)

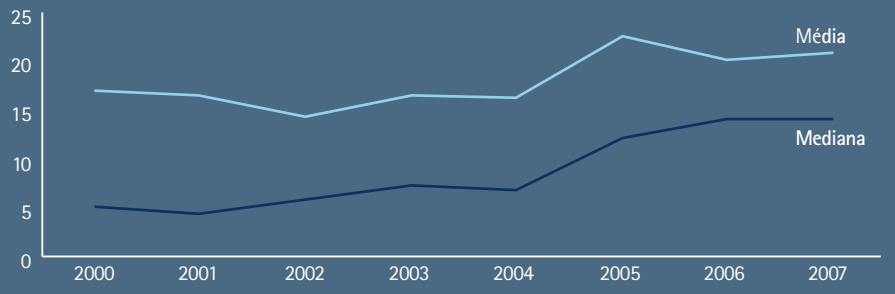


Gráfico 3: Custo trabalhista médio mensal – securitários (base 2000 = 100)

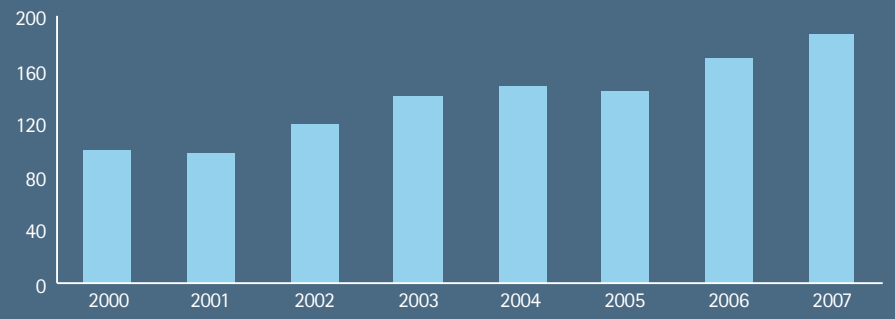


Gráfico 4: Despesas de comercialização / prêmios ganhos – ramo Automóvel (%)

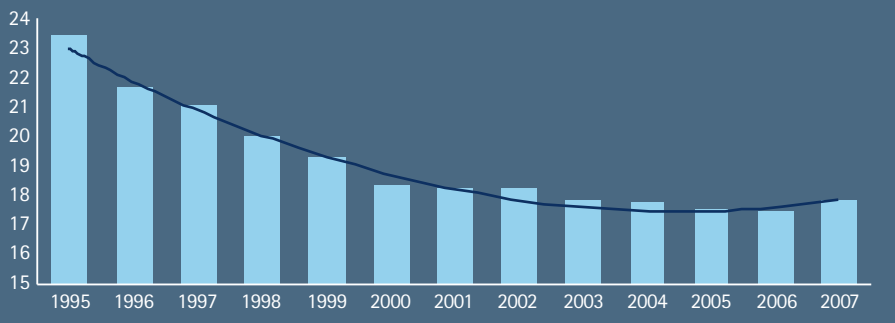
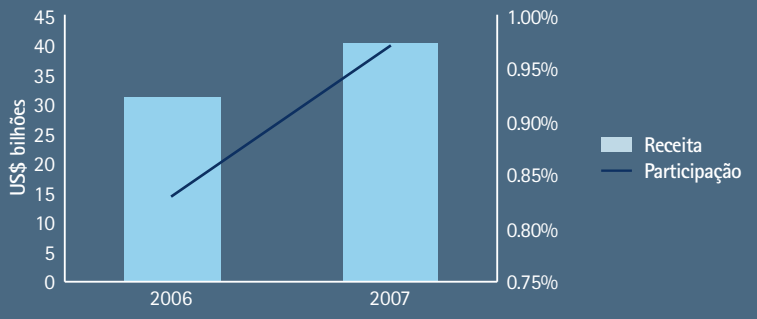


Gráfico 5: Faturamento de seguros no Brasil e participação no mercado mundial



Pesquisa com Empresas

Este capítulo é resultado de uma pesquisa realizada nos meses de outubro e novembro de 2008 com 25 executivos das maiores seguradoras do Brasil, as quais totalizam, aproximadamente, mais de 90% das receitas de seguros no país. São elas:

- ACE
- AIG-Unibanco
- Aliança do Brasil
- Allianz
- Berkley
- Bradesco Auto
- Caixa Econômica
- Chubb
- Excelsior
- HDI
- Icatu
- Itaú
- J Malucelli
- Liberty
- Mapfre
- Marítima
- MetLife
- Mitsui
- Porto Seguro
- Previdência do Sul
- Prudential
- RSA
- Santander
- Sul América
- Tokio Marine

A pesquisa foi separada por tópicos, cujas principais conclusões são apresentadas a seguir:

Caracterização das seguradoras

Inicialmente, as empresas se auto qualificaram a partir dos diversos critérios abordados.

Em relação ao modelo de negócios, houve cinco possibilidades distintas: Bancassurance, Independente Nacional, Independente Nacional com Parceria com Banco, Independente Multinacional e Independente Multinacional com parceria com Banco.

No gráfico 6, apresentamos os resultados encontrados. A grande maioria pertence a empresas caracterizadas como Independente Multinacional, com 44% do total.

Uma outra característica da amostra foi o tamanho das companhias (medido pela receita anual), conforme mostra o gráfico 7. A maioria das empresas da amostra (60% do total) teve um faturamento menor do que R$ 1 bilhão/ano.

Em termos de quantidade de funcionários, o perfil da amostra é apresentado no gráfico 8. Como no caso anterior, a grande maioria das empresas opera com menos de mil funcionários (56% do total).

Na qualificação, outros aspectos também foram considerados, como os canais de distribuição e a linha de produtos. Na maioria dos casos, predominaram corretores de seguros e ramos elementares, respectivamente.

Mercado de seguros em 2015

Qual será o tamanho do mercado de seguros em 2015?

Neste item, identificamos quais são as expectativas das empresas em relação ao mercado de seguros em 2015, conforme gráfico 9. Os números mostram que a maioria absoluta dos empresários (70%) espera que a participação do seguro na economia situe-se entre 4 e 6% do PIB. Ou seja, um pouco acima do patamar atual (de 3 a 3,5%).

Em relação aos segmentos apresentados, quais devem crescer mais até 2015? (escolhidas as opções de 1 a 5, do maior para o menor crescimento, respectivamente)

Ao todo, foram apresentados cinco segmentos distintos, cujos resultados estão resumidos a seguir e ilustrados no gráfico 10.

Os números mostram que as maiores estimativas de crescimento estão centradas, no caso das Pessoas Físicas, nas classes C e D. Por exemplo, quase 80% das respostas colocaram esta opção nos dois maiores patamares de crescimento. Um motivo econômico para este comportamento pode estar vinculado à expectativa de melhora da distribuição de renda do país.

No caso das pessoas jurídicas, as maiores esperanças estão centradas nas empresas pequenas, talvez por acreditar-se que já possa existir uma saturação parcial no segmento das empresas maiores. Assim, novos mercados deverão ser buscados.

Quais são os três fatores que impactarão positivamente e negativamente o mercado de seguros no Brasil até 2015?

O gráfico 11 indica os fatores mais citados, tanto em um caso como em outro. Os fatores foram citados como opções no questionário, visando agilizar as respostas. Além desses, foram mencionados espontaneamente os fatores linhas de crédito e burocracia.

Na análise dos resultados, destacam-se como pontos positivos o crescimento econômico e a distribuição de renda. No caso específico do crescimento econômico, existem também citações negativas, possivelmente pelo fato de a situação econômica mundial atual já afetar as expectativas dos executivos.

Em termos negativos, a primeira preocupação é também com a situação econômica mundial. Ou seja, um problema que o Brasil pode sofrer de forma direta. Em seguida, dois velhos fantasmas da realidade nacional: a inflação e a taxa de juros. E, por fim, o arcabouço legal do país, pelo potencial impacto em custos com controles, alterações de sistemas e capital.

Gráfico 6: Perfil das companhias entrevistadas – modelo de negócio / origem do capital

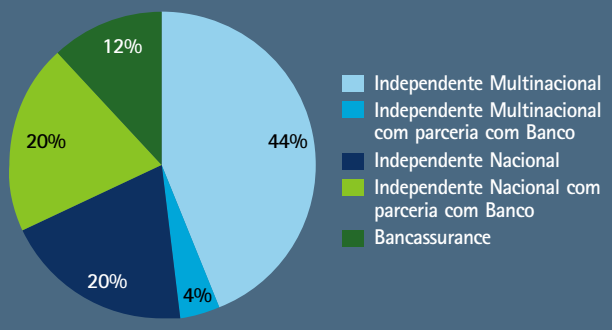


Gráfico 7: Perfil das companhias entrevistadas – prêmios emitidos

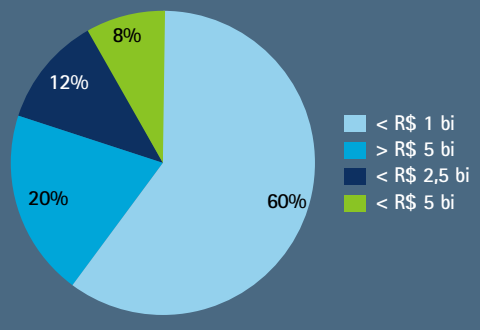


Gráfico 8: Perfil das companhias entrevistadas – número de funcionários

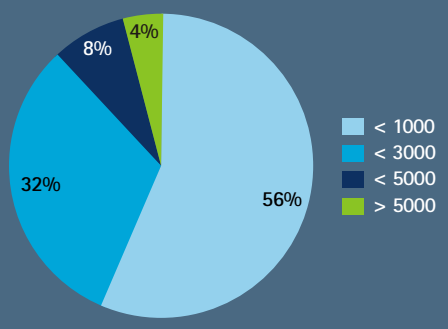


Gráfico 9: Participação do mercado do seguros – % do PIB – 2015

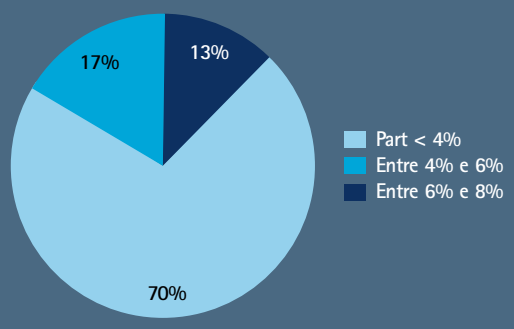


Gráfico 10: Segmentos que devem crescer mais até 2015

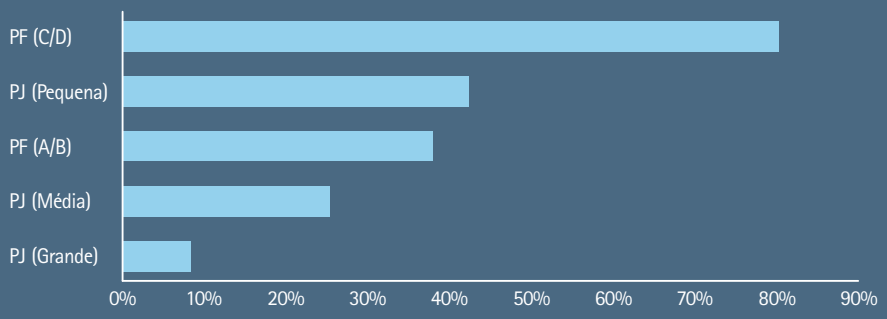
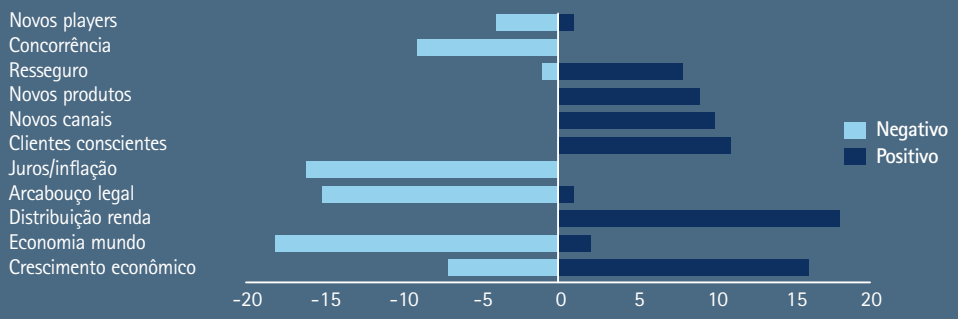


Gráfico 11: Fatores que influenciarão positivamente ou negativamente o mercado, até 2015



Produtos

Quais são os produtos de Pessoa Física que mais crescerão até 2015? (escolhidas as opções de 1 a 6, do maior para o menor crescimento)

No gráfico 12, os números mostram a quantidade de vezes em que as opções 1 e 2 (de maior crescimento) foram escolhidas, para cada tipo de produto.

Como pode ser observado, na área de Pessoa Física, a maior aposta dos empresários do setor está centrada nos produtos de Vida e de Previdência. Em segundo plano, vêm os produtos de Automóvel e Saúde. No total, quase 70% das respostas colocaram os dois segmentos ligados ao ramo Vida com maior potencial de crescimento até 2015.

Quais são os produtos de Pessoa Jurídica que mais crescerão até 2015? (escolhidas as opções de 1 a 6, do maior para o menor crescimento)

No gráfico 13, os números mostram a quantidade de vezes em que as opções 1 e 2 (de maior crescimento) foram escolhidas, para cada tipo de produto.

Na análise dos números, alguns pontos se destacam:

- Ao contrário do segmento Pessoa Física, onde existe uma convergência de expectativas em relação ao produto Vida, na área de Pessoa Jurídica os produtos estão mais distribuídos.

- Dentre os produtos citados em Pessoa Jurídica, os de Ramos Elementares são os que geram mais expectativas. Nas respostas, eles foram citados (nos dois melhores níveis) em quase 60% do total. Em segundo plano, os produtos de Previdência, Vida e Saúde, com 50% das citações. Em seguida, os produtos de Automóvel e Capitalização.

Quais são os produtos do Microseguro que mais irão crescer até 2015? (escolhidas as opções de 1 a 6, do maior para o menor crescimento)

No gráfico 14, os números mostram a quantidade de vezes em que as opções 1 e 2 (de maior crescimento) foram escolhidas, para cada tipo de produto.

Na análise dos números, alguns comentários se destacam:

- Os empresários do setor acreditam que, no Microseguro, o ramo que terá o maior desenvolvimento será o seguro do tipo Prestamista - mais de 70% das respostas colocaram este produto nas qualificações máximas (1 ou 2).

- Em seguida, os seguros de Desemprego (com mais de 50% das respostas) e o de Garantia.

Quais serão os principais impactos da abertura do resseguro até 2015? (escolhidas as opções de 1 a 7, do maior para o menor crescimento)

O gráfico 15 mostra a quantidade de vezes em que as opções 1 e 2 (de maior impacto) foram escolhidas.

Na análise dos números, a melhora na gestão dos riscos foi a mais citada, com 60% das respostas, indicando que o resseguro será um elemento bastante importante na gestão estratégica das companhias. Em um patamar levemente inferior, o surgimento de novos produtos e a queda nos preços.

É interessante observar que a queda nos preços, embora considerada importante, é citada apenas como o terceiro fator.

Distribuição

Neste tópico, abordaremos aspectos específicos da distribuição dos produtos.

Quais são os canais de distribuição que ganharão mais importância até 2015? (escolhidas as opções de 1 a 8, do maior para o menor crescimento)

No gráfico 16, os números mostram a quantidade de vezes em que as opções 1 e 2 (de maior impacto) foram escolhidas, para cada tipo de canal.

Os números permitem algumas conclusões bastante interessantes. Segundo as expectativas, até 2015, três canais devem ser fortalecidos.

Primeiro, a força da distribuição por corretores de seguros, com 50% dos entrevistados colocando este canal como o melhor nível de crescimento possível. Em seguida, a internet e os varejistas. Em um patamar mais distante, os bancos.

No caso da internet, como a previsão é para daqui a sete anos (2015), as respostas indicam que este canal ainda tenha um bom potencial de crescimento, maior do que a situação atual.

Quais serão os principais desafios do corretor de seguros até 2015? (escolhidas as opções de 1 a 8, do maior para o menor crescimento)

No gráfico 17, os números mostram a quantidade de vezes em que as opções 1 e 2 (de maior desafio) foram escolhidas.

Na análise dos dados, três desafios se destacam: ampliar a base de clientes, aumentar o cross selling e a contratação de pessoal qualificado.

Ou seja, em essência, o corretor, pela sua especialidade, deve buscar aumentar as suas vendas.

Gráfico 12: Produtos de Pessoa Física que crescerão mais até 2015

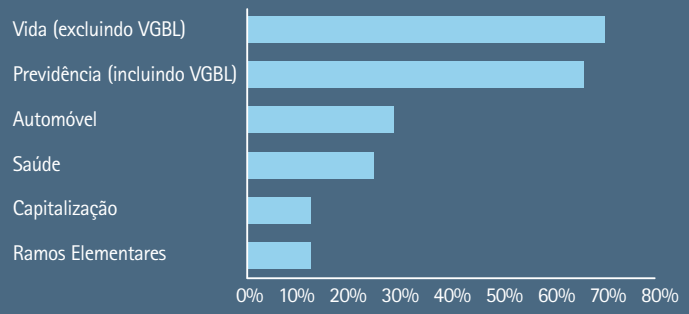


Gráfico 13: Produtos de Pessoa Jurídica que crescerão mais até 2015

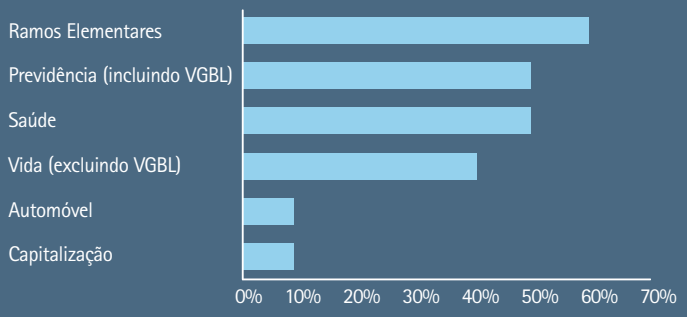


Gráfico 14: Produtos de Microseguro que crescerão mais até 2015

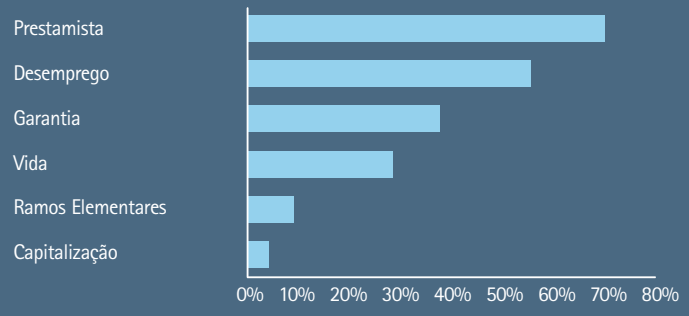


Gráfico 15: Principais impactos da abertura de resseguros até 2015

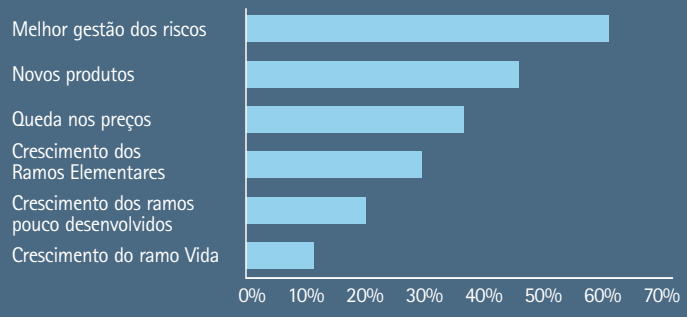


Gráfico 16: Canais de distribuição que ganharão mais importância até 2015

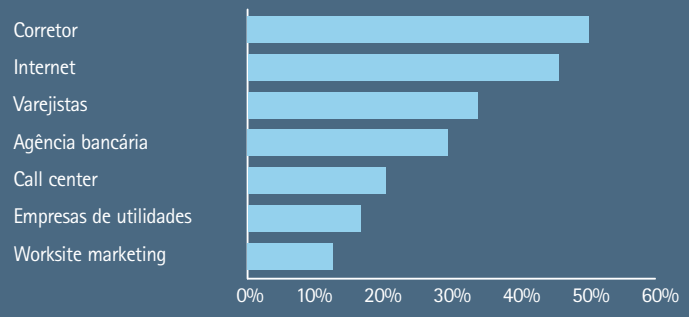
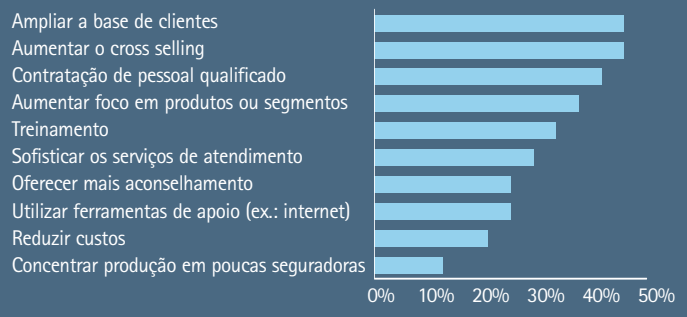


Gráfico 17: Principais desafios do corretor de seguros até 2015



Custos e preço

A seguir, alguns aspectos dos custos dos ramos em diversos negócios.

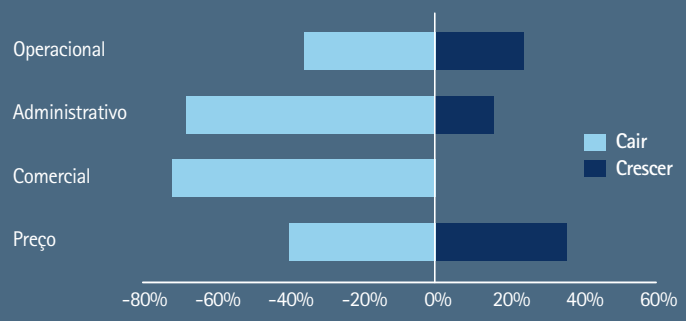
Como se comportará a composição dos custos e preços de alguns ramos de seguros até 2015? As possibilidades de respostas foram Não Sei, Cair, Igual e Crescer.

Quando consideradas as variáveis de preço e custos, podemos desenvolver algumas comparações, como avaliar o percentual das expectativas de crescimento e queda de cada uma delas, conforme os gráficos 18 a 27. Em média, 80% dos entrevistados responderam a essas questões.

Abaixo, destacamos algumas conclusões:

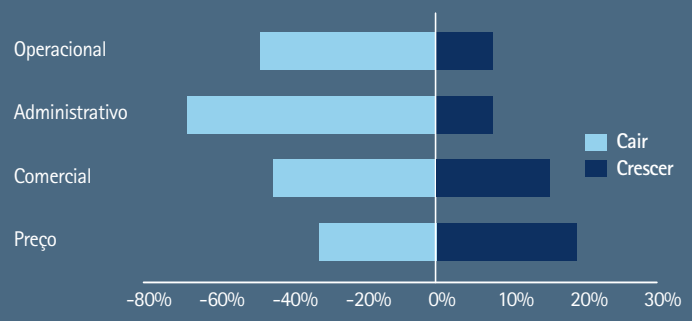
- No ramo Automóvel, existe a expectativa de que haverá, de um modo geral, queda nos custos (por exemplo, comerciais e administrativos). Quanto aos preços, há certo equilíbrio de tendências.
- Nos ramos Vida e Previdência, a previsão mais provável é a queda nos custos administrativos. Na área de Previdência, somente uma parte dos entrevistados respondeu como será o comportamento dos preços.
- Nos Ramos Elementares, a característica principal é a queda nos custos administrativos.
- No ramo Saúde, existe a expectativa de aumento de preços (único ramo em que isto é mais provável) e queda nos custos administrativos. Entretanto, uma boa quantidade dos entrevistados avaliou não ter condições de responder.
- No produto Capitalização, somente 50% dos entrevistados avaliaram o comportamento deste produto em todas as variáveis mencionadas.

Gráfico 18: Tendência dos custos do ramo Automóvel – até 2015



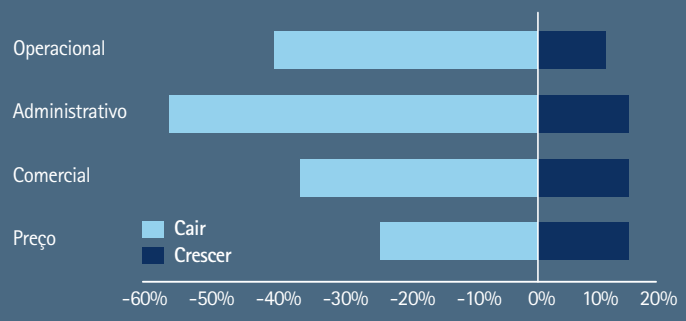
Obs.: em média, 5% das respostas foram "não sei"

Gráfico 19: Tendência dos custos do ramo Vida (excluindo VGBL) – até 2015



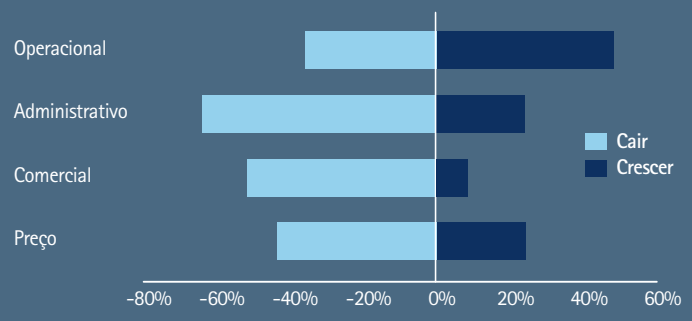
Obs.: em média, 5 a 10% das respostas foram "não sei".

Gráfico 20: Tendência dos custos do ramo Previdência (incluindo VGBL) – até 2015



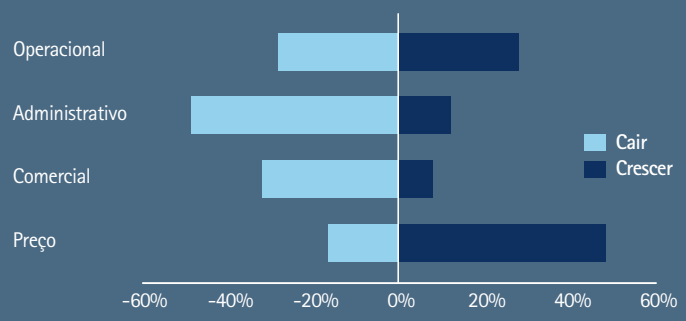
Obs.: em média, 20% das respostas foram "não sei"

Gráfico 21: Tendência dos custos de Ramos Elementares – até 2015



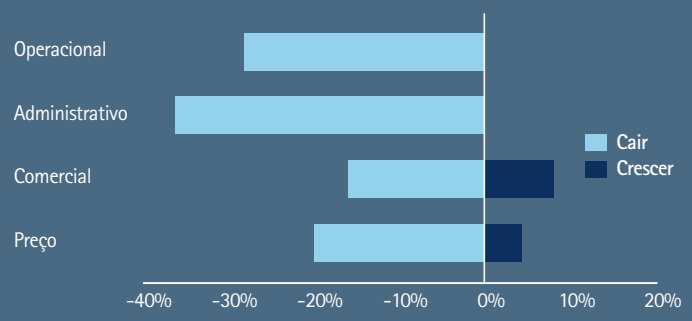
Obs.: em média, 10% das respostas foram "não sei"

Gráfico 22: Tendência dos custos do ramo Saúde – até 2015



Obs.: em média, 25% das respostas foram "não sei"

Gráfico 23: Tendência dos custos de Capitalização – até 2015



Obs.: em média, quase 50% das respostas foram "não sei"

Gráfico 24: Comportamento dos preços por ramo

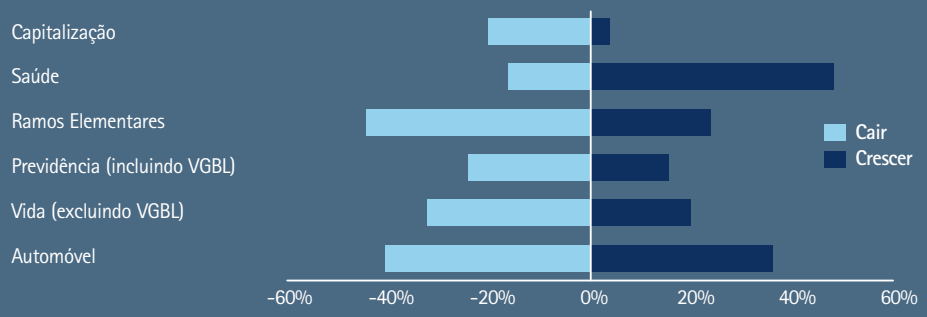


Gráfico 25: Comportamento do custo administrativo por ramo

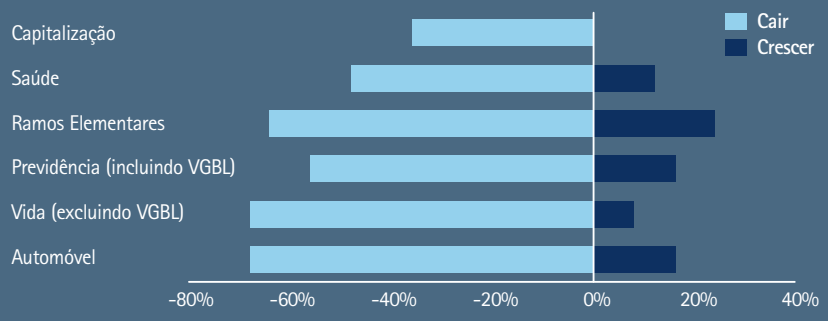


Gráfico 26: Comportamento do custo comercial por ramo

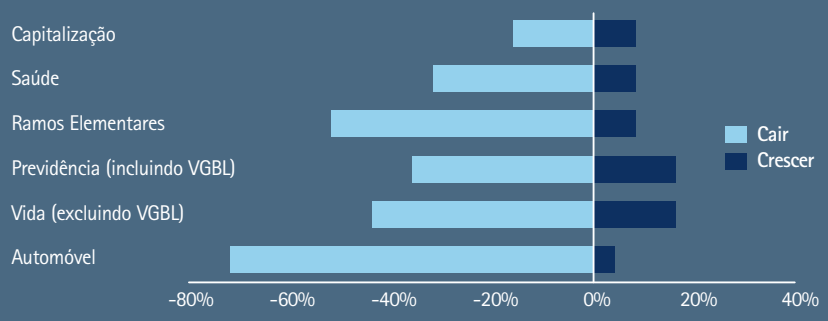
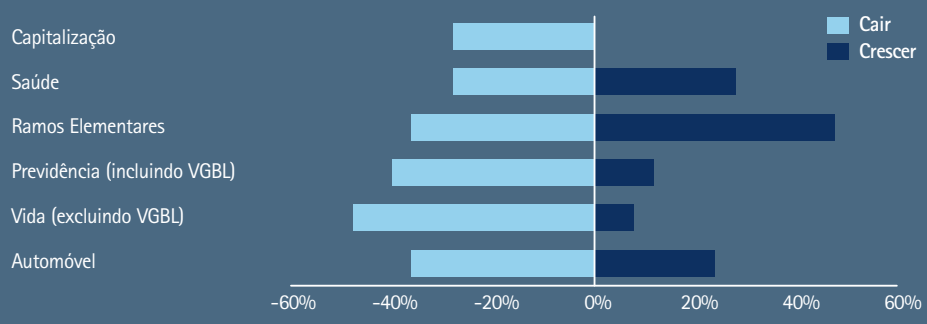


Gráfico 27: Comportamento do custo operacional por ramo



De maneira geral, em quase todos os ramos, a expectativa é de redução dos custos administrativos para os próximos anos.

Tecnologia

Na análise tecnológica, três perguntas foram feitas:

Em relação à tecnologia, em qual destes segmentos os investimentos contribuirão mais fortemente para criar diferenciais competitivos? (escolhidas as opções de 1 a 8, da maior para a menor contribuição)

No gráfico 28, os números mostram a quantidade de vezes em que as opções 1 e 2 (de maior desafio) foram mencionadas.

Pela análise dos números, o ramo Automóvel tem mais destaque (por exemplo, é citado nos dois maiores níveis em quase 80% das vezes). Em um patamar mais distante, o ramo Saúde.

Em relação à tecnologia, quais dessas áreas precisarão de mais investimentos? (escolhidas as opções de 1 a 7, do maior para o menor investimento)

No gráfico 29, os números mostram a quantidade de vezes em que as opções 1 e 2 (de maior investimento) foram mencionadas.

Na análise dos números, constata-se que as áreas que precisarão de mais investimentos são as de precificação, underwriting e sinistros. Por exemplo, nas duas primeiras, o montante chega a 60% (ou seja, foram as duas mais citadas entre os executivos).

Em relação à tecnologia, quais desses itens ganharão mais com o avanço da tecnologia? (escolhidas as opções de 1 a 8, do maior para o menor avanço)

No gráfico 30, os números mostram a quantidade de vezes em que as opções 1 e 2 (de maior benefício) foram mencionadas.

Na análise dos números, constata-se que a grande maioria dos entrevistados acredita que a eficiência operacional e a diminuição dos custos serão os itens mais beneficiados com a tecnologia.

Estratégia e gestão de capital

Na análise da estratégia e da gestão de capital, houve o questionamento de três aspectos.

Inicialmente, foram definidas seis frases, qualificadas de cinco formas: Discordo Completamente, Discordo, Concordo, Concordo Completamente e Não Sei), conforme seguem:

- A presença das seguradoras estrangeiras será maior.
- O risco de solvência de todo o segmento de seguros será menor.
- O ritmo de fusões e aquisições no segmento das seguradoras será maior.
- A inovação e o lançamento de novos produtos serão maiores.
- A pressão por eficiência operacional e redução de custos será maior.
- O time to market de novos produtos será mais rápido.

No gráfico 31, os resultados foram agrupados em Concordo e Discordo (em ambos, os dois tipos). Em média, 5 a 10% em cada frase responderam "não sei".

Na análise dos resultados, os empresários acham que, de um modo geral, até 2015 o segmento será muito mais dinâmico, com maior pressão por resultados operacionais, redução de custos e lançamento de novos produtos.
Com relação aos outros fatores, a concordância é menor – por exemplo, a quantidade de empresas estrangeiras ou o comportamento de solvência.

Em seguida, como deve ser o crescimento das seguradoras? As possibilidades são Crescimento Orgânico, Crescimento Orgânico com Pequenas Compras, Crescimento Orgânico com Grandes Compras e Crescimento por Aquisição.

As hipóteses seriam de 1 a 4 (da mais a menos utilizada), conforme ilustra o gráfico 32.

Como pode ser observado, os empresários acreditam que o crescimento orgânico com pequenas aquisições será o mecanismo mais utilizado, com mais de 70% nas duas respostas mais elevadas.

E, por fim, sugestões em aberto, em legislação ou regulamentação, sobre os temas citados. A seguir, alguns comentários selecionados:

- Legislação desatualizada (lei de seguro de 1966).
- Flexibilização das regras de investimentos de capital livre.
- Simplificação de produtos; blindagem dos fundos de previdência.
- Rever a legislação de Vida, diante do novo código civil.
- Novas regras de tributação em Vida; maior flexibilidade nas regras de aplicação para estimular Saúde Individual.
- Legislação que permita a elaboração de seguros populares e microsseguros como, por exemplo, o uso de peças usadas e certificadas no seguro de automóveis
- Simplificação na contratação de seguros de baixa importância segurada.
- Redução/isenção de impostos na contratação de microsseguros, com a definição de companhia especifica para este fim.
- Flexibilização nas regras para venda de seguros direto em produtos populares.
- Crescimento dos canais de distribuição, com novas opções.

Gráfico 28: Segmentos em que os investimentos em tecnologia mais contribuirão para criar diferenciais competitivos até 2015

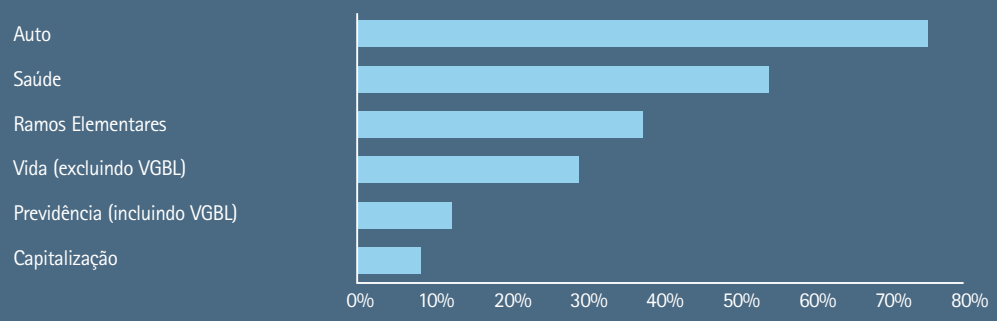


Gráfico 29: Áreas que mais precisarão de investimentos em tecnologia até 2015

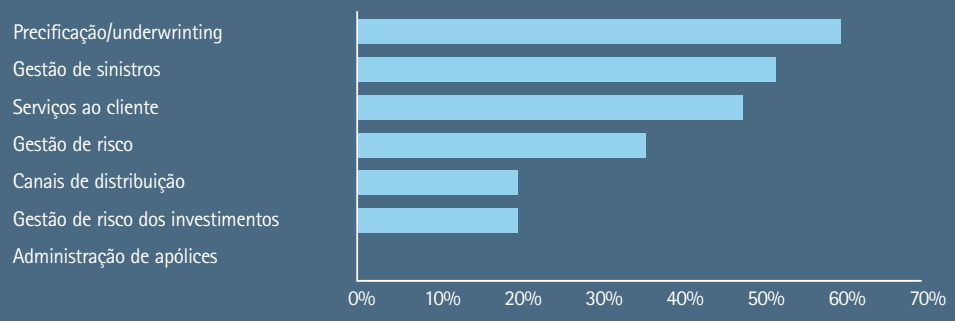


Gráfico 30: Itens que terão os maiores benefícios com os investimentos em tecnologia até 2015

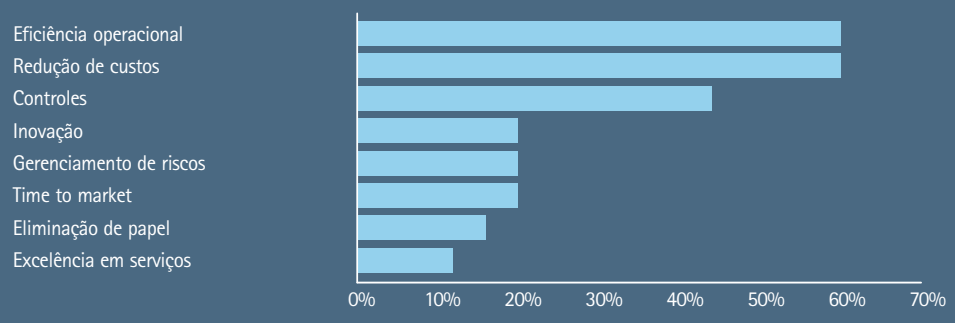


Gráfico 31: Qualificação das frases

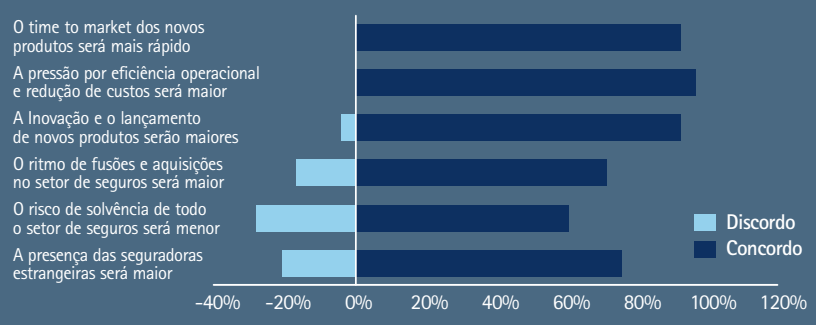
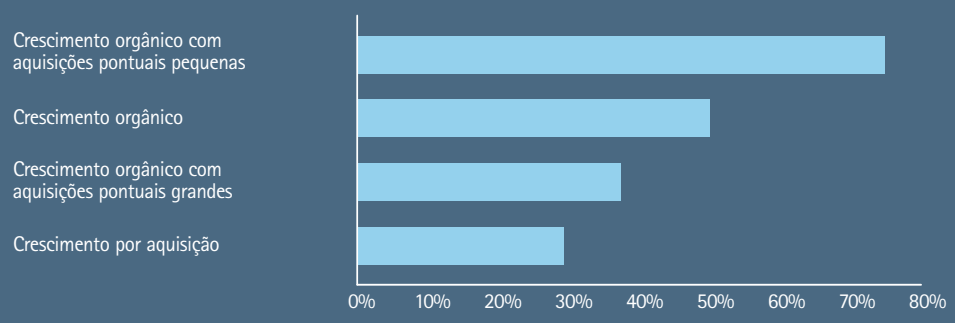


Gráfico 32: Principais estratégias de crescimento das seguradoras até 2015



Recomendações

Em nossa experiência na realização de projetos de consultoria no segmento de seguros ao redor do mundo, destacamos a seguir algumas práticas adotadas pelas empresas líderes para superar os desafios apontados neste estudo:

Industrialização

A Accenture acredita que a adoção de um modelo operacional industrializado seja um passo essencial para padronizar e automatizar os processos de negócios, para que estes sejam eficientes e escalonáveis em toda a empresa.

Ao mesmo tempo, esse processo deverá ser capaz de suportar rápidas inovações em produtos e serviços, para que as empresas de seguros possam simplificar suas operações internas e tornar seus produtos diferenciados e atraentes a seus clientes e intermediários, bem como tornar mais fácil o escalonamento e a adaptação a novos mercados e canais de distribuição.

Além disso, as análises devem ser utilizadas de forma criativa, não apenas para informar sobre as decisões de subscrição, mas também para ganhar uma percepção profunda de clientes, canais e sinistros.

CRM

O crescimento rentável nos segmentos mais competitivos é uma batalha acirrada na qual um profundo conhecimento do cliente, das estruturas de custo menor e dos modernos canais de distribuição são armas vitais.

Com essas capacidades aguçadas, as empresas de seguros podem ditar o ritmo do mercado ao introduzir produtos e serviços inovadores, expandindo-se com sucesso para novos mercados e mantendo um controle melhor sobre custos e exposição aos riscos, a fim de alcançar as expectativas para um crescimento rentável.

Programas de transformação

As empresas de seguros têm uma grande oportunidade para superar seu desempenho através de programas de transformação de base ampla, com investimentos em eficiência operacional. Ganhos significativos de crescimento e ROE podem ser alcançados com a melhoria de processos em vez da aplicação tradicional de redução de custos, tais como diminuição de pessoal e terceirização. Em nossa experiência, um programa de transformação de negócios pode dobrar o aumento no ROE de uma empresa.

A transformação não deve ser apenas um fim, mas um processo de melhoria operacional contínua. Neste sentido, a padronização e a centralização dos processos dos principais negócios tornam-se medidas cada vez mais importantes das empresas líderes de mercado.

Tecnologia

A modernização de TI não é uma opção, mas uma necessidade para se permanecer na ativa. O setor de seguros, em qualquer dos seus aspectos — seja subscrição, sinistros, atendimento ao consumidor ou outras funções importantes — exige grande tecnologia de base.

Com muita freqüência, os investimentos em tecnologia são administrados como questões periféricas, e não como parte integrante da estratégia de planejamento. Os CEOs precisam alinhar as estratégias de TI às estratégias de negócios.

Por outro lado, as empresas de seguros podem economizar dinheiro e ganhar agilidade — ambos objetivos valiosos — se consolidarem sistemas de tecnologia que foram agrupados ao longo do tempo por fusões, aquisições e iniciativas locais.

Outro fator importante é ter domínio sobre o ROI. O custo da manutenção dos sistemas existentes frequentemente consome uma porcentagem maior que o orçamento, deixando pouco espaço para atualizações e investimentos estratégicos de larga escala, e, muitas vezes, deixando os desafios dos sistemas legados para outro dia.

Outsourcing

Uma das soluções adotadas por empresas de seguros para aumentar a eficiência operacional é o outsourcing de sistemas, em que é possível aumentar a eficiência geral da operação, valendo-se da estrutura, das metodologias, das ferramentas e da transferência de conhecimento de um provedor cujo core business seja tecnologia.

Além do aumento da eficiência operacional, são obtidos melhores níveis de serviço através da gestão mais efetiva e do maior controle de qualidade dentro de prazos combinados.

Ganhos de eficiência e qualidade também são alcançados através da utilização das melhores práticas de governança e gestão.

Conclusões

Este estudo foi feito em um momento de incertezas tanto para a economia quanto para o setor de seguros.

Em 2007, o segmento registrou melhoras em diversos indicadores, como receita, comissionamento, salários etc. Entretanto, os problemas ocorridos no 2º semestre de 2008 provavelmente influenciaram a pesquisa feita com executivos das 25 maiores seguradoras do país, pois muitos deles colocaram a situação econômica (sobretudo externa) como o maior obstáculo para o desenvolvimento do segmento até 2015.

Entretanto, outros aspectos também merecem ser destacados:

- A expectativa de crescimento do mercado de seguros para um patamar de participação no PIB de 4 a 6%, acima dos valores atuais.

- A expectativa de um maior crescimento nas classes C e D (no caso das pessoas físicas) e nas pequenas e médias empresas.

- Uma maior expectativa de crescimento nas áreas de Vida e Previdência, para o segmento de Pessoas Físicas.

- A força dos corretores permanecerá como o principal canal de distribuição de produtos do país.

- O ganho do resseguro se dará, sobretudo mais, em gestão operacional dos riscos e menos em preços, como a princípio poderia ser imaginado.

- No ramo Automóvel há a expectativa de que haja queda nos custos, de um modo geral. Quanto aos preços, há certo equilíbrio de tendências. Já nos ramos Vida e Previdência, a previsão mais provável é que haja queda nos custos administrativos. Em alguns outros ramos, o desconhecimento ainda é elevado.

- A tecnologia servirá, sobretudo, para criar diferenciais competitivos e trazer eficiência operacional para o ramo Automóvel, vindo, a seguir, a área de Saúde.

Neste cenário, os executivos das empresas de seguros enfrentam um grande desafio: como conseguir receitas sustentáveis e crescimento rentável num negócio cíclico, volátil e em rápida transformação? A receita das empresas líderes é clara: cresça, transforme e invista em seu negócio.

Apesar das pressões do mercado, os executivos têm grandes expectativas para crescimento e rentabilidade através da expansão de alguns segmentos e novos produtos. Acreditam também que, para alcançar estes resultados, será importante promover mudanças inovadoras na eficiência operacional. E esperam que ambos os objetivos sejam amparados por investimentos em uma moderna infraestrutura de TI.

As empresas melhor posicionadas serão aquelas que estabelecerem um curso de ação que equilibre prioridades de retorno de curto prazo para os acionistas com uma necessidade urgente de investimento transformacional estratégico e de longo prazo. Os CEOs não podem dar-se ao luxo de esperar para ver. Nestes tempos de incerteza, a janela da oportunidade pode ser pequena para que as empresas de seguros avancem na direção da alta performance, necessária para superar a concorrência.

Por fim, esperamos que o conteúdo e as conclusões deste estudo sirvam como um direcionador estratégico para o segmento de seguros para os próximos anos.

Para mais informações sobre esta pesquisa e sobre as soluções e serviços da Accenture para as empresas de Seguros, entre em contato com:

Leonardo Framil
Diretor – Brasil
Prática de Serviços Financeiros
(55 11) 5188-3321
leonardo.j.framil@accenture.com

Luis Simões
Diretor
Prática de Serviços Financeiros
(55 11) 5188-2909
luis.simoes@accenture.com

Silas Devai Jr.
Gerente Sênior
Prática de Serviços Financeiros
(55 11) 5188-1975
silas.devai@accenture.com

Raphael Araújo
Gerente Sênior
Prática de Serviços Financeiros
(55 11) 5188-2939
raphael.g.araujo@accenture.com

Sobre o autor

Silas Devai Jr. é formado em administração de empresas com Pós-Graduação em Finanças e MBA em Marketing, possui grande experiência em instituições financeiras e seguradoras, tendo atuado nas áreas de operações, desenvolvimento de produtos e negócios, em empresas como Citibank, Cigna e Brasilprev. Foi membro atuante da Comissão de Produtos da Fenaprevi. Atualmente, é um dos Executivos da Accenture responsáveis pelo Segmento de Seguros.

Contribuições:

Leonardo Framil, Luis Simões, João C. Santos, Vitor Madeira e Raphael Araújo.

Copyright © 2009 Accenture.
Todos os direitos reservados.

Accenture, seu logotipo e "High performance. Delivered." são marcas registradas da Accenture.

Sobre a Accenture

A Accenture é uma empresa global de consultoria de gestão, serviços de tecnologia e outsourcing. Combinando experiência ímpar, conhecimento profundo sobre todos os setores econômicos e funções de negócio, e extensa pesquisa junto às mais bem-sucedidas organizações no mundo, a Accenture colabora com seus clientes, quer sejam empresas ou governos, para ajudá-los a alcançar altos níveis de performance. Com mais de 186.000 profissionais atendendo a clientes em mais de 120 países, a companhia teve receitas líquidas de U$ 23,39 bilhões no ano fiscal encerrado em 31 de agosto de 2008. Sua página na internet é www.accenture.com