

1º ESTUDO SOBRE A INOVAÇÃO

no Mercado de Seguros,
Saúde, Previdência
Complementar Aberta e
Capitalização no Brasil



Metodologia do estudo

PERFIL DOS RESPONDENTES:



**24 EXECUTIVOS
C-LEVEL DO MERCADO,**
de grupos seguradores distintos,
atuantes nas áreas de Estratégia,
TI, Marketing, Experiência Digital,
Clientes, Novos Negócios,
Inovação e ESG



com arrecadação* de
R\$ 368 BILHÕES



Esses executivos
respondem por
55 COMPANHIAS



e **MARKET SHARE
DE 55%**

METODOLOGIA DO ESTUDO

COMO:

Entrevistas em profundidade

PERÍODO:

Entre 12 de agosto e 08 de outubro de 2024

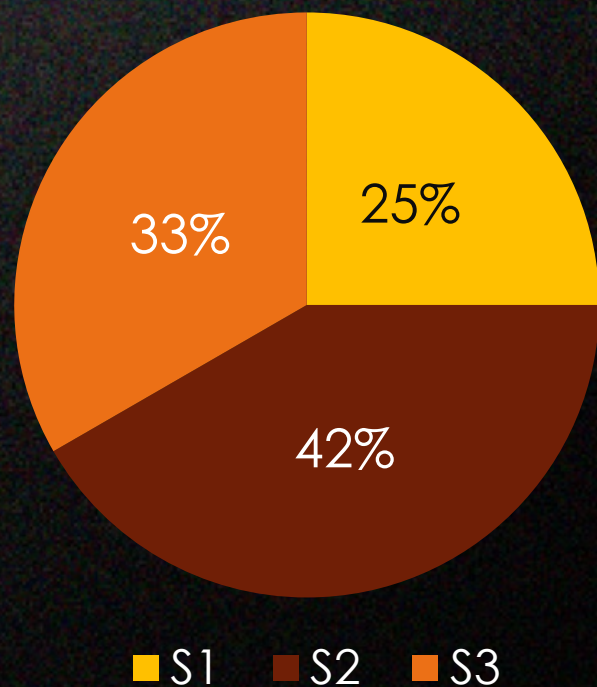
OBJETIVOS:

Identificar o volume de investimentos em inovação

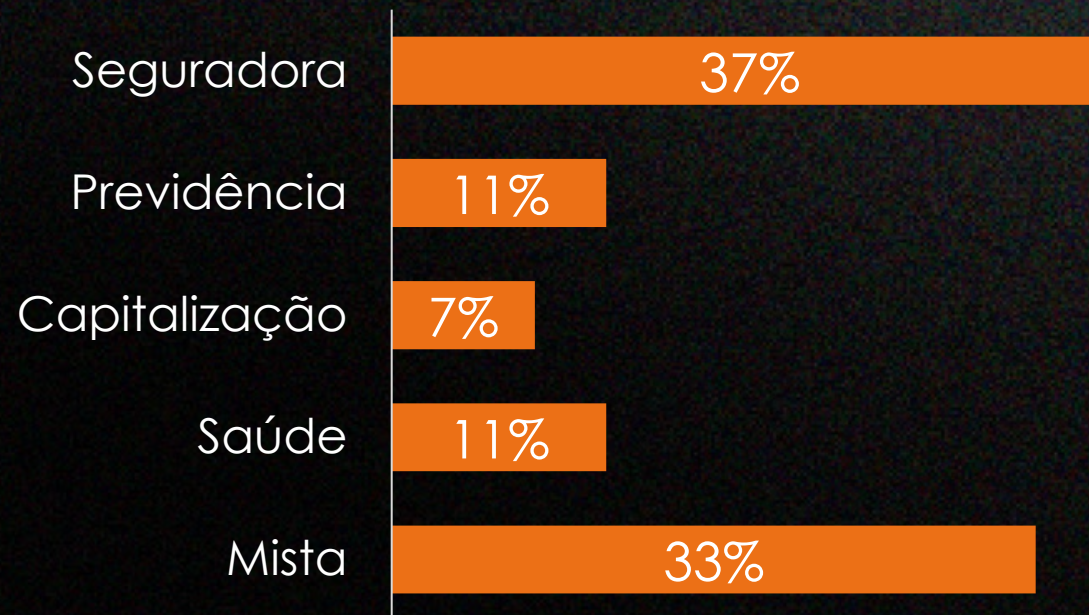
Identificar processos e tecnologias inovadoras que já são adotadas pelas empresas

Identificar as inovações implementadas em 2023 e no 1º semestre de 2024, e classificando-as como inovação em produtos, serviços, processos e adoção de nova tecnologia

Segmentação SUSEP / ANS*

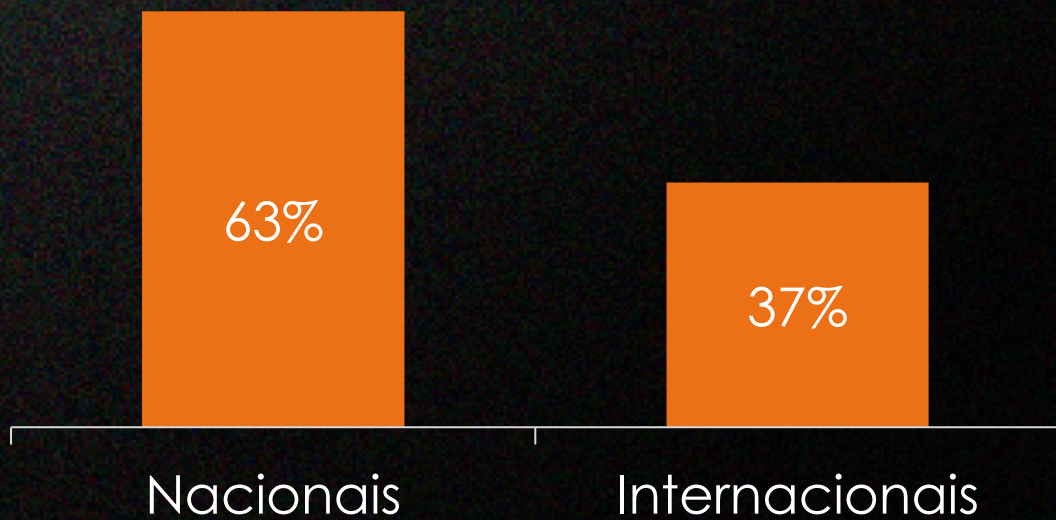


Categoria de produtos

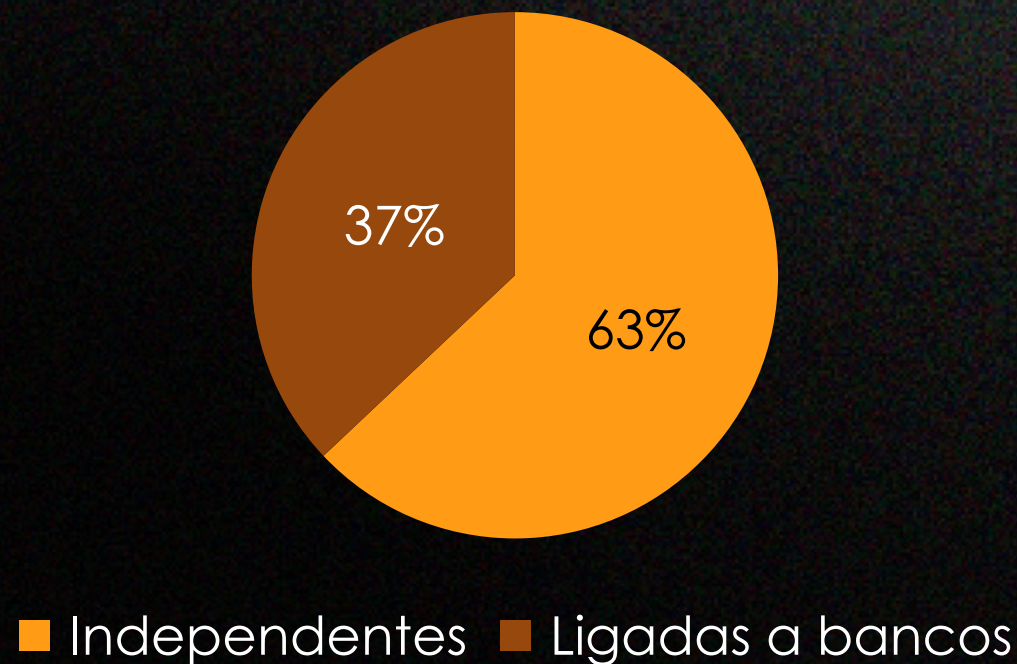


* No caso das empresas de Saúde, dado que a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) não adota a mesma segmentação prudencial, estabelecemos um de-para do tamanho da empresa com a segmentação da SUSEP

Origem do capital



Grupo Econômico



*Categorização feita pela CNSeg, onde empresas que possuem mais de 50% do seu capital estrangeiro são classificadas como internacionais.

Como nasce a
inovação dentro de
uma seguradora?

COMO NASCE A INOVAÇÃO DENTRO DE UMA SEGURADORA?

Em **100%** das respondentes, a inovação nasce de maneira **descentralizada.**

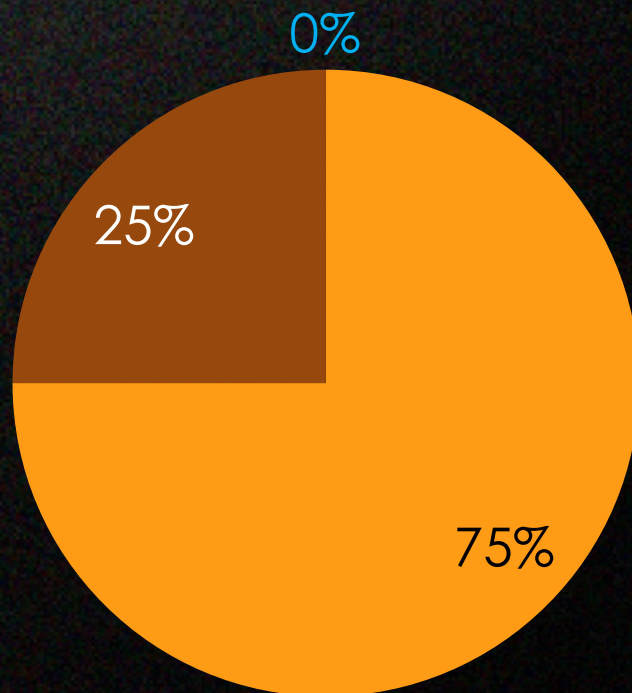
Esse quadro organizacional pode ser interpretado como **um salto de maturidade da inovação, que não mais depende de uma área proponente, mas que nasce de maneira orgânica e descentralizada.**

COMO NASCE A INOVAÇÃO DENTRO DE UMA SEGURADORA?



6 EM CADA 10

empresas entrevistadas têm um líder executivo responsável pela Inovação.



Estrutura organizacional da inovação corporativa

- Há uma área que centraliza a Inovação, com cargos e responsabilidades bem definidas, e a maioria dos projetos inovadores saem dessa área
- Não há uma estrutura organizacional única responsável pela inovação, sendo cada área responsável por sua própria inovação
- Há uma área que centraliza a Inovação, com cargos e responsabilidades bem definidas, mas a origem dos projetos parte de áreas distintas, com projetos promovidos pela área de inovação

COMO NASCE A INOVAÇÃO DENTRO DE UMA SEGURADORA?

8 EM CADA
10

entrevistadas
possuem **métodos
bem estabelecidos**
para estruturar e
mensurar a inovação.

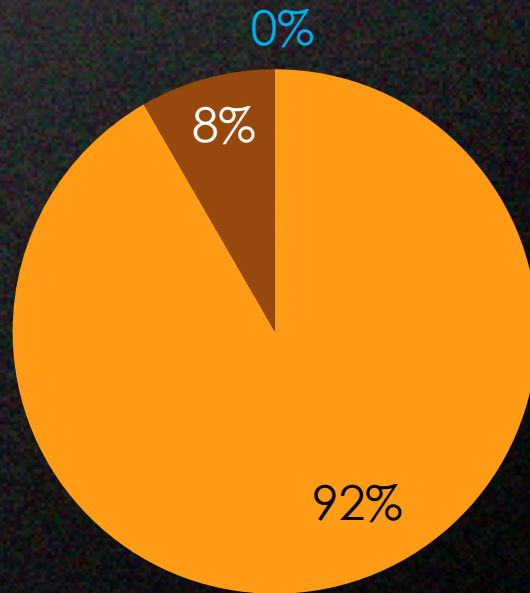
Para
92%

delas, a inovação
ocorre de **maneira
colaborativa com
o mercado.**

COMO NASCE A INOVAÇÃO DENTRO DE UMA SEGURADORA?

	Produtos	Serviços	Processos	Tecnologias
Inovações ocorrem de maneira esporádica/aleatória sem a mensuração adequada de resultados	7%	0%	0%	4%
Inovações ocorrem de maneira estruturada via programas de desenvolvimento da inovação, mas não há mensuração dos resultados	4%	4%	7%	11%
Inovações ocorrem de maneira estruturada via programas de desenvolvimento, e há mensuração dos resultados	89%	96%	89%	85%
Inovações ocorrem majoritariamente em função de diretrizes regulatórias (circulares/normativos SUSEP ou de outros órgãos reguladores, ex.: PROCON etc.)	0%	0%	4%	0%

COMO NASCE A INOVAÇÃO DENTRO DE UMA SEGURADORA?



■ Usos exclusivo ou fortemente baseado em recursos externos (nenhuma resposta)

■ Uso exclusivo ou fortemente baseado em recursos internos

■ Modelo Híbrido

Principais parceiros externos mencionados:

- Startups (insurtech, fintech, healthtech, HRtech)
- Outras seguradoras
- Fábricas de software
- Consultorias
- Hubs de inovação
- Fundos de VC
- Hackatons abertos
- Institutos de pesquisa e universidades

**Inovação graças ou a
despeito da regulação?**

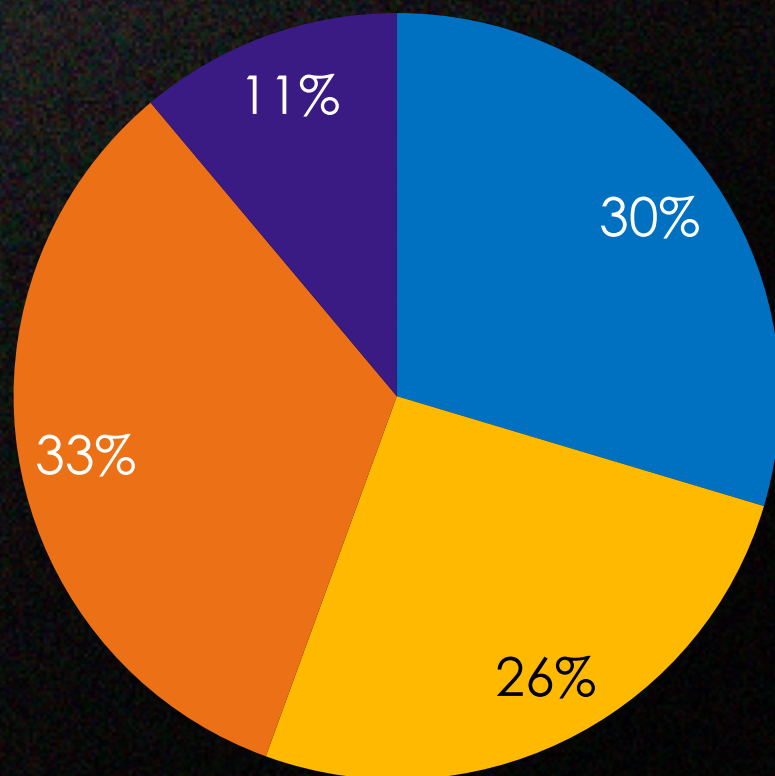
INOVAÇÃO GRAÇAS OU A DESPEITO DA REGULAÇÃO?

A inovação nasce a despeito da regulação
(tema regulatório foi o 3º mais citado em termos de “obstáculo à inovação”).

Lei do Bem: aceitação e utilização quase unânime: apenas 8% não usam, mas têm intenção de estabelecer o processo no futuro próximo.

INOVAÇÃO GRAÇAS OU A DESPEITO DA REGULAÇÃO?

Qual a sua opinião sobre a relação entre open insurance e desse ambiente com a inovação de sua empresa?



- É uma iniciativa que fomenta o ambiente de inovação no Mercado (benefícios mercado)
- É uma iniciativa que está inserida na estratégia de inovação da empresa
- É uma iniciativa em desenvolvimento apenas para atender uma demanda regulatória, sem uma relação clara com o ambiente ou estratégia de inovação da empresa
- É uma iniciativa em desenvolvimento apenas para atender uma demanda regulatória, sem relação com o ambiente e a estratégia de inovação da empresa, desviando recursos financeiros, de pessoal e de tempo que poderiam estar sendo alocados de forma mais eficaz em outras iniciativas diretamente ligadas à inovação

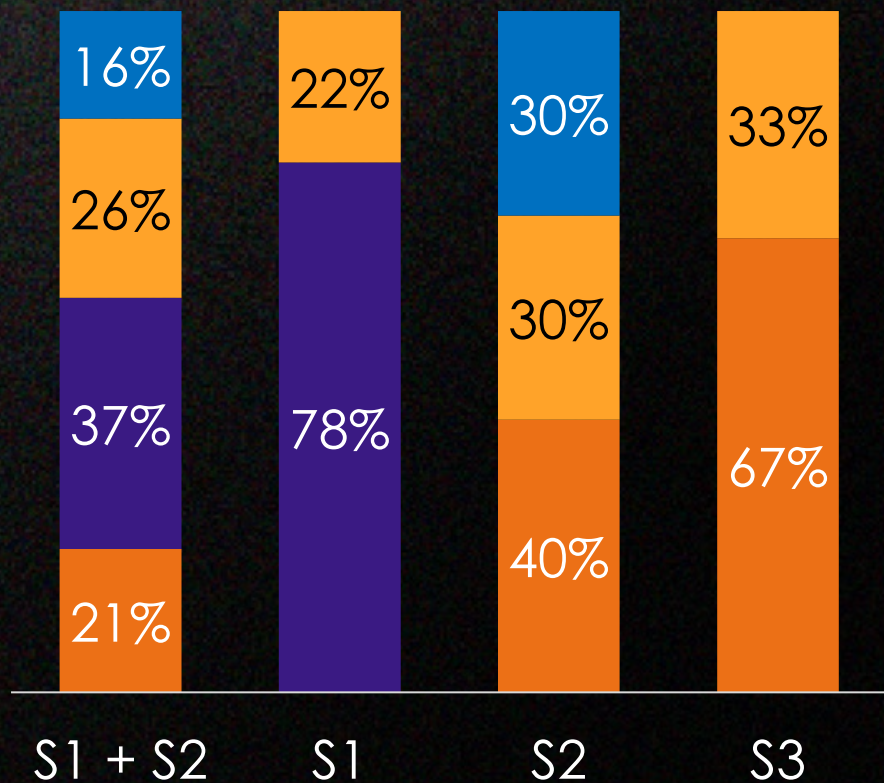
INOVAÇÃO GRAÇAS OU A DESPEITO DA REGULAÇÃO?

A amostra apresentou opiniões divergentes, com 56% tendo uma visão mais positiva versus 44% que o consideram somente como uma iniciativa sem relação clara com a estratégia de inovação da empresa, que está sendo desenvolvida apenas para atender a demanda regulatória.

Esses percentuais consideram todas as empresas entrevistadas, inclusive as que não têm obrigatoriedade em aderir ao Opin.

INOVAÇÃO GRAÇAS OU A DESPEITO DA REGULAÇÃO?

Visão sobre Opin, conforme a categoria SUSEP (S1, S2, ou S3)



- É uma iniciativa em desenvolvimento apenas para atender uma demanda regulatória, sem relação com o ambiente e a estratégia de inovação da empresa, desviando recursos financeiros, de pessoal e de tempo que poderiam estar sendo alocados de forma mais eficaz em outras iniciativas diretamente ligadas à inovação
- É uma iniciativa em desenvolvimento apenas para atender uma demanda regulatória, sem uma relação clara com o ambiente ou estratégia de inovação da empresa
- É uma iniciativa que está inserida na estratégia de inovação da empresa
- É uma iniciativa que fomenta o ambiente de inovação no Mercado (benefícios mercado)

INOVAÇÃO GRAÇAS OU A DESPEITO DA REGULAÇÃO?

78%

das S1 entrevistadas já conformaram e inseriram o Opin nas suas estratégias de inovações

60%

das S2 enxergam menos valor e o veem apenas como uma demanda regulatória

67%

das S3 consideram ser algo que fomenta o ambiente de inovação, Já S1 + S2, somente 21%.

INOVAÇÃO GRAÇAS OU A DESPEITO DA REGULAÇÃO?

CONCLUSÃO

Aqueles que não participam do Opin têm uma visão mais positiva do que os executivos das empresas que participam.

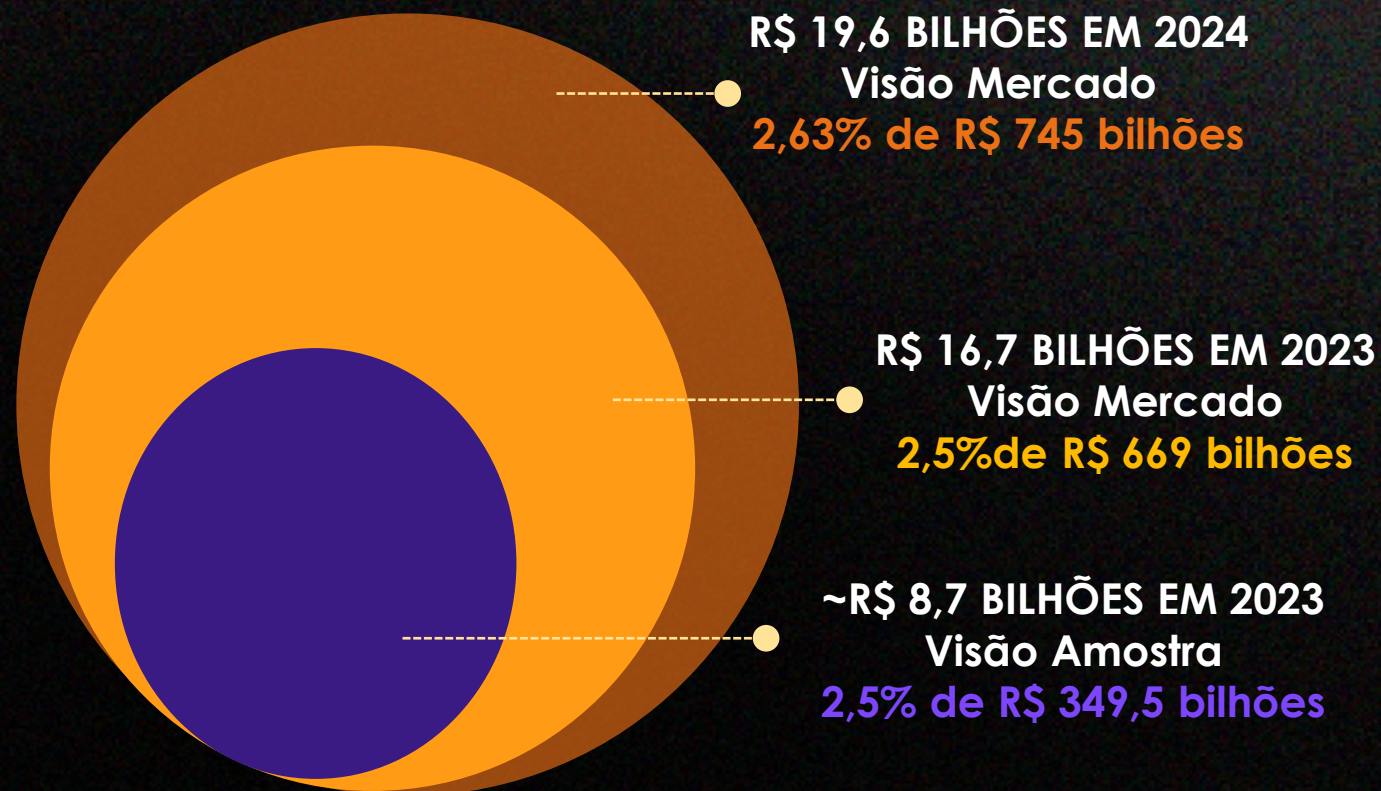
**Qual o investimento
em inovação?**

INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO EM 2023 E EXPECTATIVA PARA 2024

Projeção para 2024:

**~R\$ 20
bilhões**

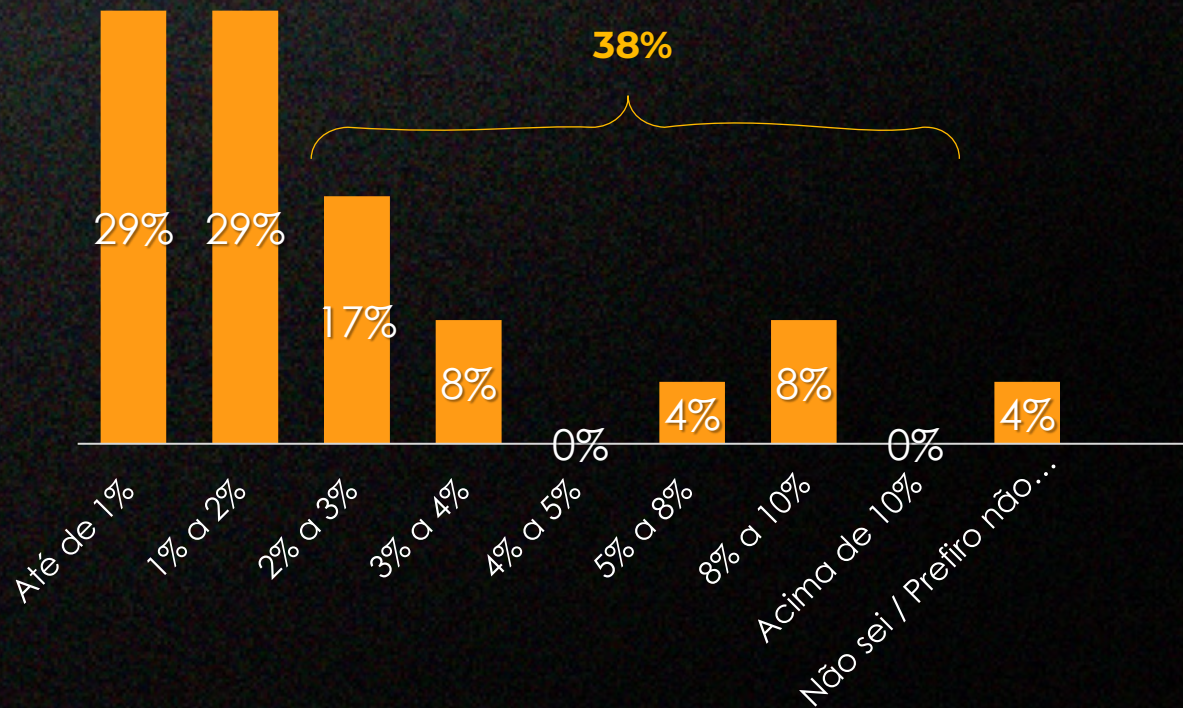
extrapolando para o mercado!



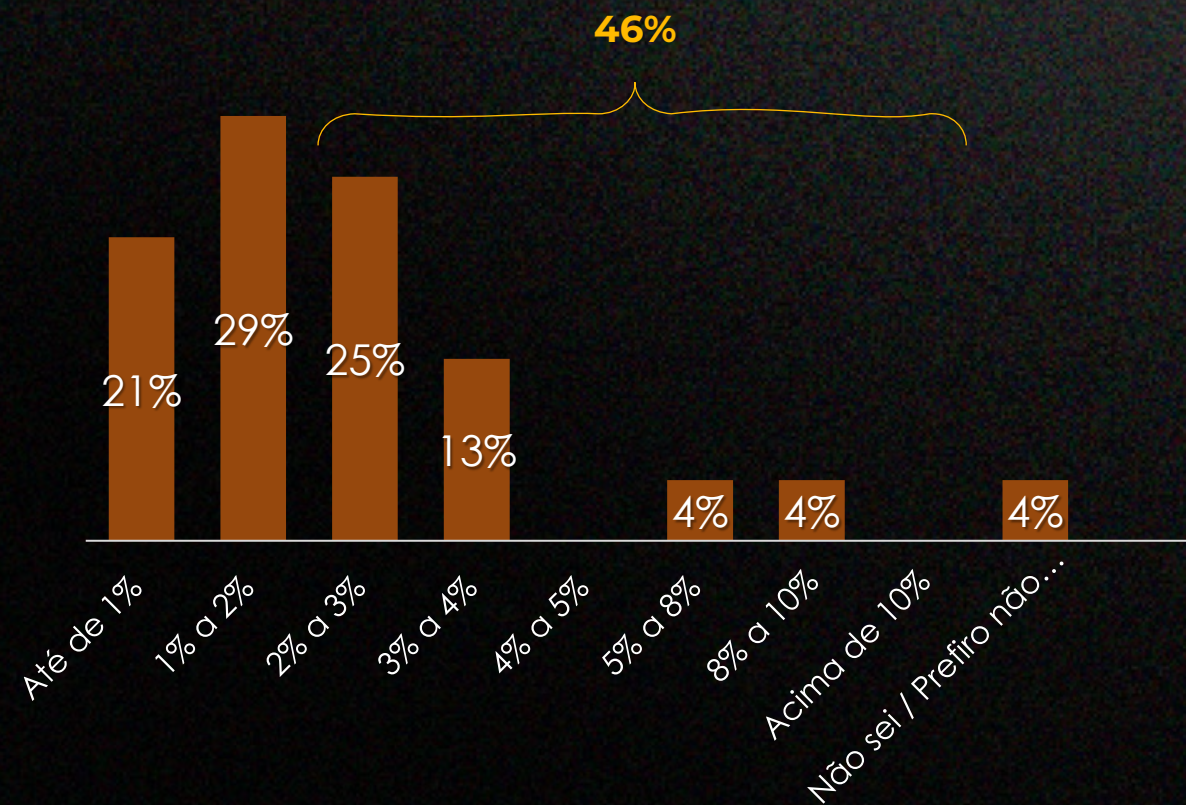
QUAL O INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO?

VS. TOTAL DA ARRECADAÇÃO

Investimento em inovação em relação à arrecadação - 2023



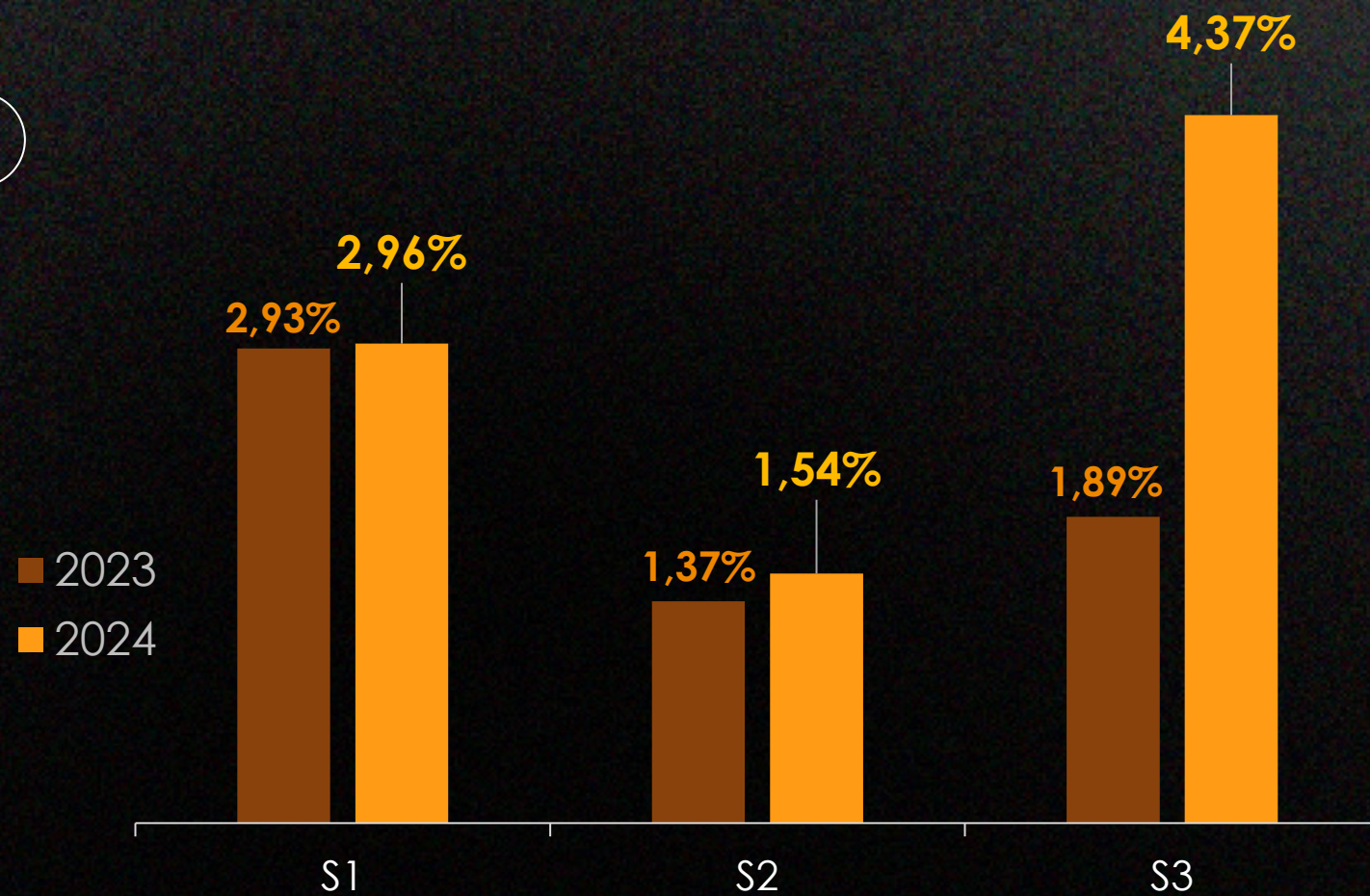
Investimento em inovação em relação à arrecadação - 2024



QUAL O INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO?

VS. TOTAL DA ARRECADAÇÃO

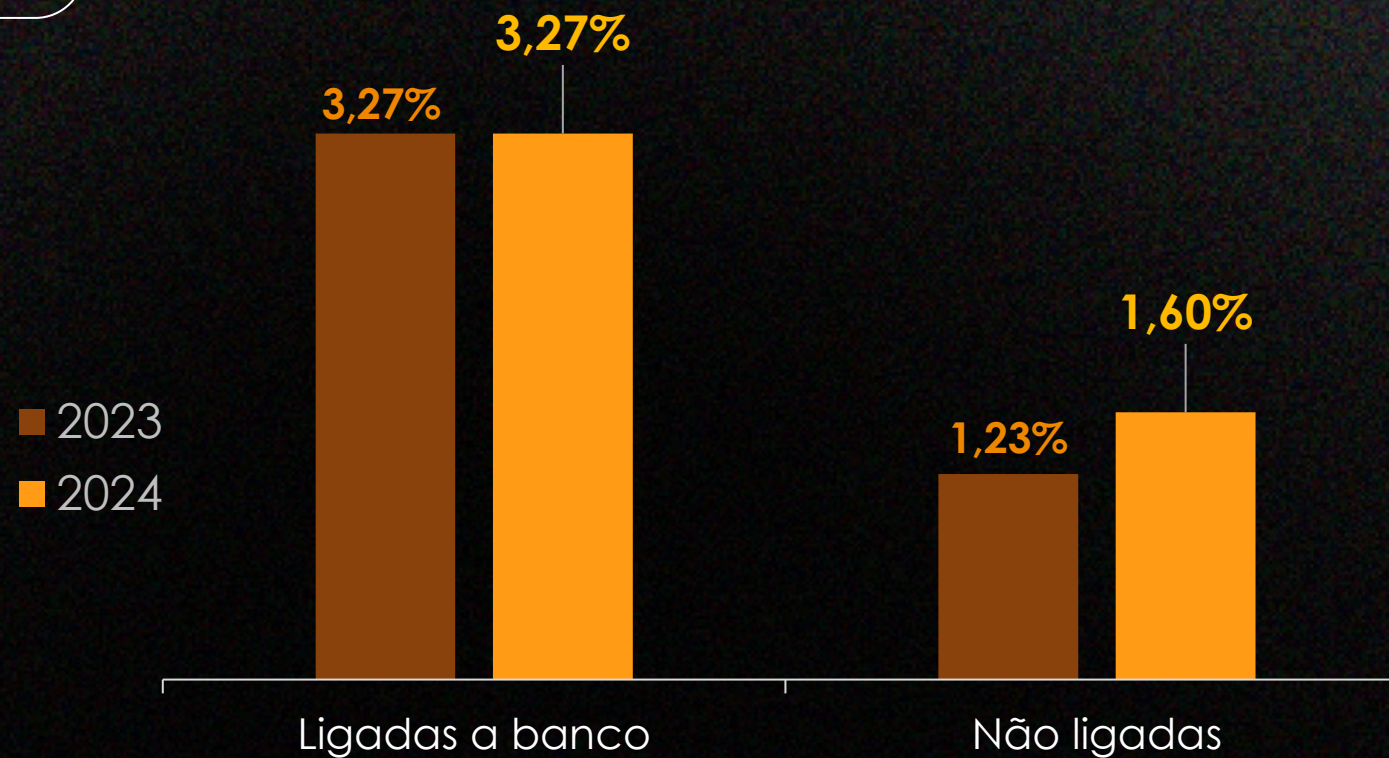
Segmentação de porte



QUAL O INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO?

VS. TOTAL DA ARRECADAÇÃO

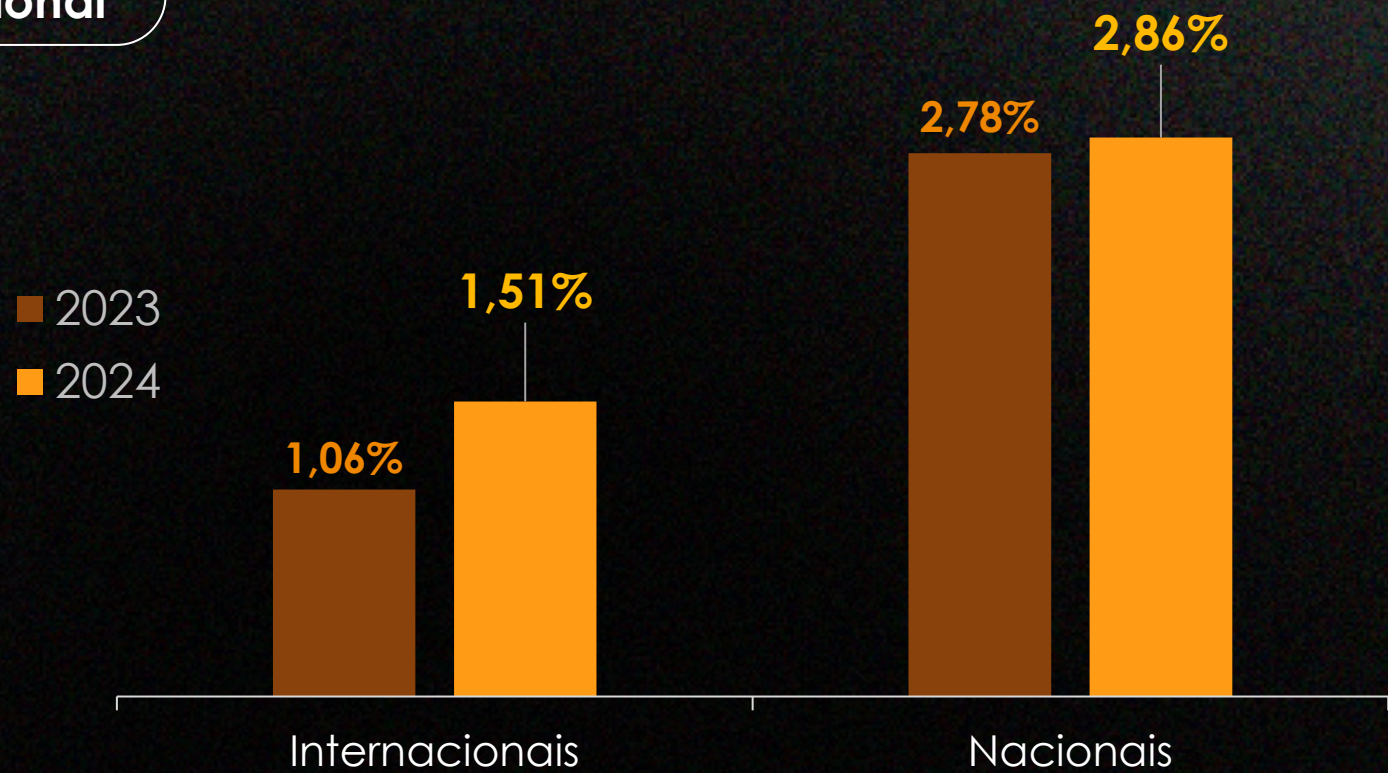
Ligadas ou não a bancos



QUAL O INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO?

VS. TOTAL DA ARRECADAÇÃO

Capital Nacional ou Internacional

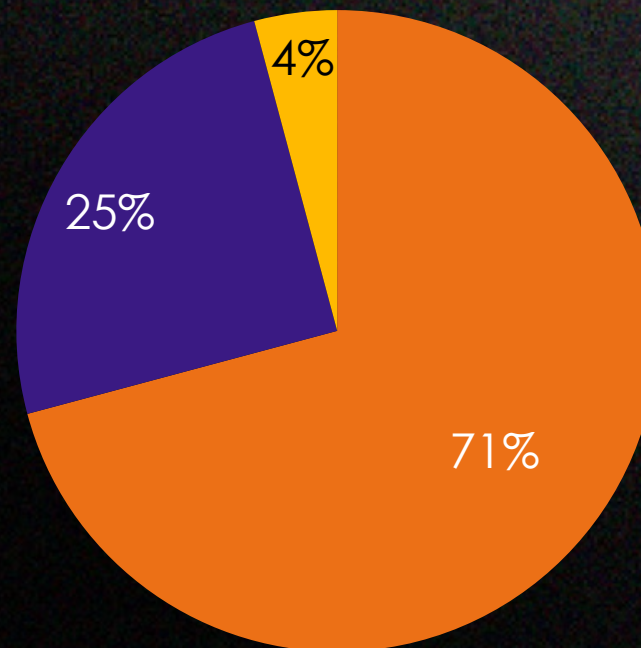


QUAL O INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO?

2023 VS. 2024

Montante total de investimento em inovação pela arrecadação

71% das respondentes afirmaram que há previsão de aumentar os investimentos em inovação em relação ao ano de 2023.



■ Aumentou ■ Manteve-se ■ Diminiu

**Onde se busca a
diferenciação?**

Gestão da distribuição, backoffice somente TI e atendimento ao cliente são os macroprocessos mais buscados para diferenciação, de acordo com as principais iniciativas implantadas entre 2023 e 1º sem de 2024.

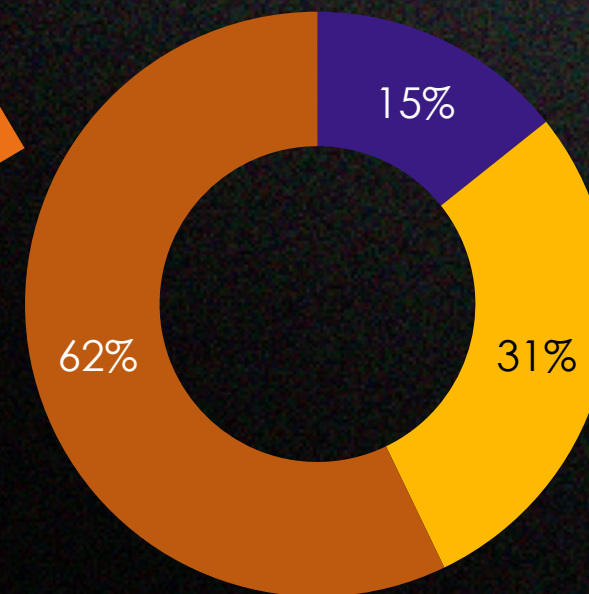
ONDE SE BUSCA A DIFERENCIAÇÃO?

INICIATIVAS IMPLANTADAS

Iniciativas implementadas entre 2023 e 1º semestre de 2024 na cadeia de valor



Dentro do macroprocesso gestão da distribuição, o principal foco foi em melhorar produtos e serviços



■ Infraestrutura Tecnológica
■ Processo
■ Produto e Serviço

PRINCIPAIS CATEGORIAS DE INOVAÇÃO QUE TÊM GERADO DIFERENCIAL

Automação e Agilidade com IA

Empresas investiram em **inteligência artificial (IA)**, **machine learning (ML)** e **automação de processos (RPA)** para otimizar sinistros, emissão de apólices e atendimento ao cliente, resultando em redução de custos, maior rapidez e eficiência operacional.

Inovação em Produtos e Serviços Digitais

A **criação de produtos inovadores** que atenderam necessidades emergentes do mercado.

Plataformas digitais (APIs, apps) que trouxeram celeridade e viabilizaram o modelo plug-and-play.

Melhorias incrementais, muitas voltadas para **serviços simplificados e digitais** melhoraram a experiência do cliente e a retenção de parceiros.

Dados e Insights

O **uso intensivo de dados para precificação inteligente (smart pricing), governança de dados e BI**, permitiu decisões mais precisas e personalizadas, aumentando a capacidade de controle, gestão e previsibilidade dos riscos e processos empresariais, além de retroalimentar a capacidade de aplicação de IA e ML.

ONDE SE BUSCA A DIFERENCIAÇÃO?

RESULTADOS (POSITIVOS)

Resultados excelentes: **84%** das empresas entrevistadas disseram ter atingido suas expectativas em termos de **melhora na experiência do cliente**. **56%** atingiram as **expectativas em ganhos financeiros**, sendo que para 20%, a expectativa foi excedida.

