

ANÁLISE DE MERCADO  
DO OPEN INSURANCE:

# DESAFIOS, OPORTUNIDADES E ESTRATÉGIAS

Estudo aponta caminhos  
em negócios e tecnologia  
para liderar a era do  
Open Insurance no Brasil

# SUMÁRIO

Prefácio	03
Sumário Executivo	04
Introdução	06
Pergunta 01: O Open Insurance será importante? Se sim, quando?	08
Pergunta 02: Quais os principais impactos estratégicos do Open Insurance?	10
Pergunta 03: Quais os desafios do Open Insurance?	14
Pergunta 04: Como definir uma estratégia eficiente para o Open Insurance?	20
Conclusões	24
Metodologia	26
Agradecimentos	27
Autores	28
Sobre a Capgemini	29
Notas Finais	30
Contatos Capgemini	31

# PREFÁCIO

Em 2021, o Brasil assumiu a vanguarda global em relação ao Open Insurance (OPIN) – ou Sistema de Seguros Aberto como é chamado por aqui –, sendo o primeiro país a iniciar a regulação formal deste tema no mundo. Em abril daquele ano, por meio das Circulares 415/2021 e 653/2021, o Brasil iniciou, oficialmente, a discussão sobre esse assunto, cuja consequência no mercado e em seus participantes ainda demorará para ser completamente entendida.

A impossibilidade de se realizar comparações com casos reais internacionais torna o assunto complexo, introduzindo muitas siglas, conceitos novos e trazendo poucas certezas sobre o futuro. Conseqüentemente, surgiram reações positivas e negativas, questionamentos judiciais e expectativas diversas no mercado, e vimos muitas decisões executivas serem tomadas com base em percepções, no que se “acha que pode acontecer”, sem o devido suporte dos dados.

Nesse cenário complexo que a Capgemini, com o apoio do consultor Francisco Galiza, buscou trazer mais clareza ao debate. Assim, estruturamos um estudo pioneiro em Open Insurance no Brasil. O texto foi desenvolvido com o objetivo de trazer respostas precisas a quatro perguntas que refletem as preocupações e dúvidas dos principais agentes do setor:

- ▶ O Open Insurance será realmente importante para o mercado de seguros brasileiro? E, em caso afirmativo, a partir de quando serão sentidos seus efeitos?
- ▶ Quais os principais impactos que se pode esperar do Open Insurance?
- ▶ Quais desafios precisam ser vencidos na nova realidade?
- ▶ Como definir estratégias eficientes para ter sucesso neste novo ambiente?

Essas perguntas foram, então, respondidas, tomando como base uma qualificada pesquisa com os principais executivos do mercado brasileiro de seguros, realizada entre fevereiro e março de 2022. Francisco Galiza ainda complementou o trabalho com materiais teóricos, análises do mercado e a ampla visão internacional e tecnológica da Capgemini. Estão representados, neste estudo, seguradoras, grandes corretoras, InsurTechs, resseguradoras e entidades representativas.

O estudo busca trazer resposta às quatro perguntas fundamentadas por fatos e dados, dando forma às opiniões dos executivos que lideram o mercado hoje e nos próximos anos.

Como derivação deste trabalho e dos dados nele levantados, a ideia é construirmos indicadores de desempenho de mercado que possam ser acompanhados periodicamente, demonstrando a evolução do Open Insurance no Brasil.

Ajudar empresas em suas jornadas de transformação faz parte do DNA da Capgemini e, em conjunto com a capacidade analítica de Francisco Galiza, esperamos trazer um estudo que funcione como norte para a tomada de decisão de negócios.



**Roberto Ciccone**  
Vice-presidente para Serviços  
Financeiros na Capgemini Brasil



**Francisco Galiza**  
Mestre em Economia (FGV) e Catedrático pela  
ANSP na cadeira “Ciências Econômicas do Seguro”



# SUMÁRIO EXECUTIVO

O Open Insurance é um tema recente, ainda em estágio de implantação, mas já com significativos impactos no mercado de seguros. A ausência de *benchmarks* externos traz dúvidas e incertezas, dificultando o processo de tomada de decisão dos executivos que atuam no setor, sejam eles representantes de empresas, entidades de classe, reguladores ou de outros segmentos.

Com análises teóricas sobre o assunto, aspectos práticos, considerações tecnológicas, além da primeira pesquisa realizada com os principais agentes desse mercado, este estudo inova em forma e conteúdo.

Desenhado num formato de perguntas e respostas, buscou-se ouvir as dúvidas do mercado e trazer conclusões objetivas.

Abaixo, segue um resumo de cada uma das quatro perguntas e suas respectivas respostas. O aprofundamento se dará nos capítulos logo adiante:

## PERGUNTA 01

**O Open Insurance será realmente importante para o Mercado de Seguros Brasileiro? E, em caso afirmativo, a partir de quando será sentido o seu impacto?**

- Sim. O Open Insurance será importante conforme dizem: 80,3% dos entrevistados, que acreditam que o Open Insurance trará mudanças profundas no mercado brasileiro no longo prazo, sendo os efeitos sentidos mais daqui a dois anos, em 2024.

## PERGUNTA 02

**Quais os principais impactos que se pode esperar do Open Insurance?**

- Pela pesquisa realizada, cinco serão as consequências mais importantes do Open Insurance:

- i. Haverá novos produtos no mercado
  - ii. Haverá novas seguradoras (incluindo InsurTechs)
  - iii. A distribuição será mais diversificada
  - iv. Não ocorrerá a exclusão de clientes
  - v. Não haverá impactos negativos na lucratividade das seguradoras
- Em termos de ramos, Vida (ou Pessoas), Auto, Massificados e Previdência seriam os quatro mais impactados
  - Em relação aos tipos de clientes, os mais beneficiados serão as pessoas físicas (PF), seguidos das micro e pequenas empresas



### PERGUNTA 03

#### Quais os desafios do Open Insurance?

**Foram identificados 8 grandes desafios:**

- i. O grau de preparação tecnológica atual do setor;
- ii. A comunicação do tema junto à sociedade e ao setor;
- iii. O entendimento do setor de seguros sobre a Sociedade Iniciadora de Serviços de Seguros (SISS);
- iv. A necessidade de revisão nas estratégias de negócio;
- v. A adoção pelos agentes e consumidores;
- vi. A interoperabilidade com o Open Finance;
- vii. Desafios regulatórios;
- viii. O risco de mau uso dos dados.

### PERGUNTA 04

#### Como definir uma estratégia eficiente para o Open Insurance?

Segundo a pesquisa com os executivos neste exato momento, enquanto as InsurTechs, as SISS e os segurados devem ser os grandes beneficiados do Open Insurance, os canais distribuição – especialmente o corretor – foram, em princípio, os indicados como os mais negativamente impactados.

Em uma análise final, foco no cliente, processos inteligentes, inovação e ecossistemas abertos são quatro pontos cruciais que precisam fazer parte da estratégia das seguradoras e corretoras visando ao melhor desempenho no Open Insurance. E essa transformação precisa começar o quanto antes.

# INTRODUÇÃO

Consolidar as expectativas dos principais líderes do mercado de seguros no Brasil e analisá-las de maneira isenta e criteriosa foi o meio como este estudo se propôs a trazer insights, com o objetivo de ajudar o desenvolvimento do Open Insurance no Brasil, no crescimento do mercado de seguros, na formulação de ações por empresas e entidades e até, de forma mais ambiciosa, no desenvolvimento do País.

Mas, antes de nos aprofundarmos nas perguntas às quais este estudo se propôs a responder, é importante definirmos o que é o Open Insurance.

Baseado nos conceitos de *open data* e *data sharing*, ou dados abertos e compartilhamento de dados, respectivamente, o Open Insurance é descrito pela SUSEP, órgão regulador do Mercado de Seguros no Brasil, como “a possibilidade de consumidores de produtos e serviços de seguros, previdência complementar aberta e capitalização permitirem o compartilhamento de suas informações entre diferentes sociedades autorizadas/credenciadas pela Susep (...)”<sup>1</sup>.

Além dessa descrição regulatória mais formal, o Open Insurance pode ser descrito, em termos práticos, como a possibilidade de os consumidores compartilharem seus dados pessoais, de suas apólices, de seus sinistros, de seu histórico de pagamento e até do uso do seu seguro, de uma forma ágil e conveniente, com outras seguradoras, InsurTechs do *sandbox* regulatório ou com outros participantes autorizados a atuar nesse ambiente, como as SISS, por exemplo. Como benefício, devem esperar receber em troca ofertas de produtos de seguros, previdência e capitalização mais alinhados ao seu perfil de uso e negócio, bem como serviços de valor agregado.

Imagine que, ao cotar um novo seguro, ao invés de preencher um formulário padrão de avaliação de risco, o consumidor possa dar àquela seguradora a permissão para que se busque dados dele que estão nos sistemas das seguradoras atuais, incluindo aí as coberturas, a utilização e o preço atual do seu seguro. Ao invés de ser avaliado como mais um cliente, a proposta do Open Insurance é que a nova seguradora, com muito mais insights sobre ele, ofereça produtos em linha com o seu consumo atual (ou até melhor) e com valores mais atrativos.

Imagine também outra situação: um provedor de serviços que, tendo acesso a esses dados, pudesse consolidar as informações de seguros contratados pelo cliente, mesmo que eles estivessem em diferentes seguradoras e depois apresentar a ele uma visão consolidada, digitalmente organizada, oferecendo, de forma proativa, melhores condições de compra de seguro, de maneira a deixá-lo mais protegido, gastando menos.

Nesse sentido, o novo ambiente se mostra benéfico para o cliente, embora desafiador para as empresas autorizadas, que não somente precisam, naturalmente, atender às exigências regulatórias e legais do OPIN, como também deverão trabalhar a personalização de produtos e dados com agilidade e maestria.

Defendida pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), a permissão para o acesso a dados específicos, desde que claramente explicados ao cliente sobre seus usos e objetivos, deixa de ser um problema de privacidade.

Toda comunicação dentro do Open Insurance deverá ser realizada somente entre os participantes autorizados desse mercado, de maneira segura e eletrônica, via APIs (Application Programming Interfaces). Funcionando como pontes de comunicação entre esses *players* (as seguradoras, as InsurTechs do *sandbox* regulatório, a SUSEP e as SISS), as APIs permitirão a interação por meio de códigos sistêmicos padronizados, que facilitarão a entrada de novos participantes e evitarão a necessidade de desenvolvimento de bases centralizadas de dados de clientes.



Mas ainda que 80,3% dos entrevistados acreditem que o Open Insurance mudará o mercado de seguros estruturalmente, o tema ainda causa controvérsias. Colocada em marcha pela SUSEP, com datas alinhadas ao Open Banking do Banco Central do Brasil – que já estava mais adiantado –, essa iniciativa tem sido criticada pelo seu cronograma curto e seu escopo pouco discutido com o mercado. Não à toa, que numa escala de 1 a 10, os entrevistados consideram que o nível de conhecimento da sociedade em relação ao tema está em 2,7 e dos profissionais do mercado em 5,3, notas baixas para algo previsto para estar ativo ao fim de 2022.

Soma-se a essas críticas, a ausência de citação nas circulares originais do principal canal de distribuição do mercado, o corretor, que não teria acesso aos dados do cliente nas seguradoras mesmo que o consumidor assim o permitisse.

A SISS, como rapidamente citada anteriormente, inflama discussões acaloradas sobre o tema, por ser um novo entrante, criado via regulação, com ações sobrepostas ao canal corretor, mas que, no desenho atual, terá acesso aos dados do Open Insurance; enquanto o corretor não.

Seu *benchmark* internacional, as Third Party Providers (TPPs) dos Open Bankings europeu e britânico, demonstraram ser as SISS um elemento crucial no processo de inovação e de melhora da experiência do cliente, o que se espera do Open Insurance. Com seu escopo de atuação ainda pouco claro para a maioria, os entrevistados, pontuaram que o nível de conhecimento médio do mercado em relação às SISS é de apenas 4 numa escala de 1 a 10.

O estudo identificou ainda que o grau de preparação tecnológica do setor também é um desafio severo, dado o curto prazo de implantação, com uma nota de 5,3 de prontidão, nessa mesma escala.

Mas, aqui, não se trata apenas de tecnologia. Do ponto de vista dos provedores de seguros (seguradoras e InsurTechs do *sandbox*), sairão na frente aqueles que conseguirem trabalhar, também, o foco no cliente, a inovação em produtos e serviços, processos inteligentes e de maneira aberta, tudo de maneira orquestrada. Cumprir as exigências regulatórias é a primeira parte da maratona, mas é necessário fôlego para ir além e extrair os demais benefícios que a disponibilidade dos dados vai fornecer aos autorizados.

Há, portanto, um longo caminho a ser percorrido com muitos desafios, mas com expectativas de grandes benefícios.

# Pergunta 01: O Open Insurance será importante? Se sim, quando?

## Uma breve visão histórica

A dificuldade em responder a essa pergunta e interpretar a resposta está no simples fato de que esse assunto é recente e sem precedentes, sendo, então, oportuno contextualizar, rapidamente, sua evolução e seu momento atual.

No Brasil, as primeiras notícias sobre Open Insurance saíram na mídia, em 2019. Nesse caso, o tema sendo também usualmente relacionado a outros fatos, tais como a LGPD<sup>2</sup>, de 2018, que regulava as atividades de tratamento de dados pessoais pelas empresas, além do próprio Open Banking, que nasceu antes do Open Insurance e corre em um estágio mais adiantado. Ao longo de 2019, as primeiras definições e características do que seria esse mecanismo começaram a ser apresentadas e formalizadas ao mercado.

Em 2020, tivemos o início da pandemia da COVID 19. Esse fato, aliado à própria necessidade de amadurecimento do assunto, fez com que o tema avançasse naquele momento, de forma um pouco mais lenta. Ali havia, naturalmente, outras prioridades; a saúde era a preocupação principal. Nesse mesmo período, começaram também a surgir dúvidas sobre o modelo que seria proposto pelo Governo. Por exemplo, quais informações

seriam, de fato, compartilhadas, como seria a segurança dos dados, como funcionaria o compartilhamento, qual o papel dos corretores de seguros nesse processo, entre outras indagações. Uma dificuldade adicional era não haver referências substanciais de outros países; o Brasil estava sendo pioneiro em Open Insurance.

Em abril de 2021, a SUSEP colocava em minuta pública a legislação relativa ao Open Insurance e, três meses depois, publicava a Resolução CNSP 415/2021 e a Circular 635/2021, que implantavam o sistema de Open Insurance no País.<sup>3</sup> Nesse caso, além dos já citados conceitos de APIs e SISS, forma-se um comitê deliberativo do Open Insurance composto por representantes do mercado e que deveriam, em conjunto, desenhar e implementar oficialmente a iniciativa no Brasil.

Em 2021, também tivemos outro marco importante: a criação do portal do Open Insurance pela SUSEP, além da definição do cronograma de implantação. A tabela 1, abaixo, apresenta essa situação. Ao todo, os procedimentos de implantação do Open Insurance foram divididos em três fases e a ideia é que, até o mês de dezembro de 2022, o sistema já esteja funcionando.

Tabela 1. Cronograma da Implantação – Open Insurance

Fases	O que acontecerá?	Data
1	Abertura e padronização de dados das seguradoras: as informações sobre canais de atendimento e produtos e serviços devem ser disponibilizadas.	A partir de 15/12/2021
2	Compartilhamento de dados do consumidor: o segurado poderá compartilhar seus dados com as seguradoras de sua preferência. Tudo feito por meio de consentimento, que pode ser revogado a qualquer momento.	A partir de 1/9/2022
3	Serviços à escolha do consumidor: acesso a serviços de seguros sem a necessidade de usar os canais das seguradoras com as quais o consumidor já tem relacionamento. Marca-se aqui o início das SISS.	A partir de 1/12/2022

Assim, chegamos a 2022 e, apesar das dúvidas, **o segmento de seguros está mais consciente, animado e esperançoso de que o Open Insurance** possa ser um mecanismo importante de desenvolvimento do setor.<sup>4</sup>

# 80%

dos entrevistados acreditam que o Open Insurance irá proporcionar consequências relevantes a longo prazo

## O Open Insurance causará impactos relevantes no mercado? Se sim, a partir de quando?

É neste contexto histórico que o estudo foi feito e os questionamentos foram respondidos pelos principais responsáveis sobre o mercado de seguros no país.

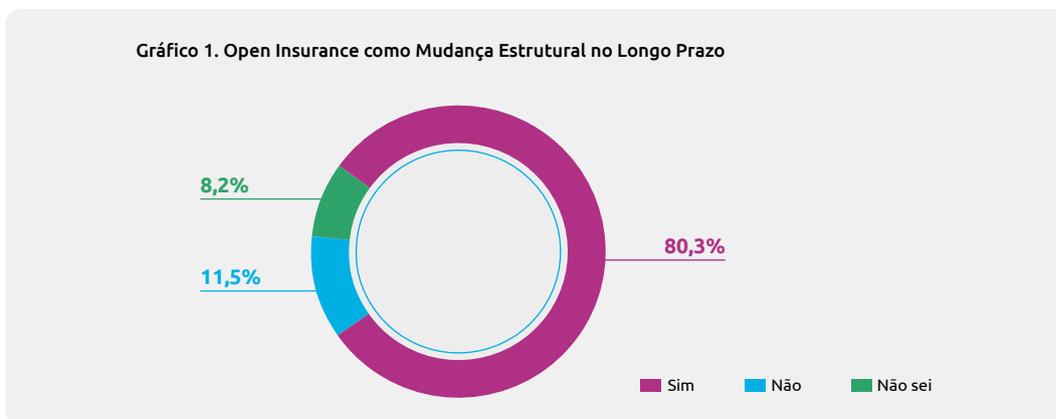
Assim, uma primeira pergunta foi avaliar se os agentes deste mercado, de fato, acreditavam que o Open Insurance iria proporcionar consequências relevantes no longo prazo, ou seja, se provocaria

mudanças estruturais no setor de seguros, no Brasil.

O gráfico 1, abaixo, responde a essa pergunta. Ao todo, 80,3% dos entrevistados acreditam que sim; enquanto 11,5% que não trará consequências e 8,2% ainda não sabem. Aqui, não há dúvida sobre a relevância da resposta.

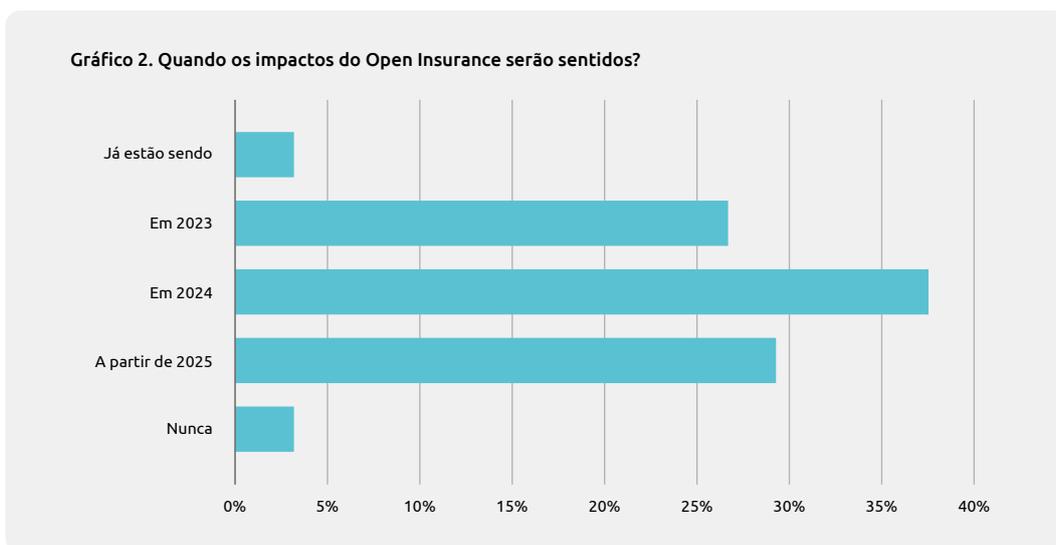
**68%**

dos entrevistados acreditam que será a partir de 2024 que o Open Insurance gerará seus maiores resultados



Outro questionamento frequente é quando esse efeito será sentido. Essa pergunta é importante, pois, em economia, primeiro se analisa a direção; depois, a velocidade em que as coisas acontecem. A avaliação do gráfico 2, a seguir, demonstra que a data mais indicada pelos entrevistados foi 2024, e se somarmos as respostas

que apontam para “a partir de 2025”, chega-se a 68% dos respondentes. Ou seja, em dois anos, os efeitos do Open Insurance já serão realmente sentidos no mercado de seguros, no País. Claro que previsões são sempre complicadas; de qualquer maneira, é uma referência temporal importante.



Essas duas conclusões são relevantes, pois formam uma sinalização fundamental para os agentes que operam no mercado, além de investidores atuais e futuros, pois, somente assim, as previsões orçamentárias poderão ser feitas com mais subsídios e consequências.

## Pergunta 02: Quais os principais impactos estratégicos do Open Insurance?

Um dos pontos mais importantes deste estudo foi avaliar junto ao mercado quais seriam os principais impactos do Open Insurance na visão dos executivos do mercado.

Falando, inicialmente, dos potenciais impactos, o resultado desta enquete remeteu a cinco constatações com forte poder estatístico, conforme exposto na tabela 2:

Na pesquisa junto aos agentes, foram testadas outras afirmações: se os seguros ficarão mais baratos, se haverá aumento da receita do segmento, se existe um maior risco de vazamento dos dados pessoais dos segurados e outras questões. Em algumas delas, contudo, não houve um posicionamento mais definitivo – as opiniões estavam divididas – não se chegando, então, a nenhuma conclusão, motivo pelo qual não foram trazidas para este estudo.

Tabela 2. Consequências do Open Insurance

Consequências	
	Novos produtos serão criados
	Novas seguradoras surgirão
	Não haverá exclusão de segurados
	A distribuição será mais diversificada
	O lucro das seguradoras não cairá

# 85%

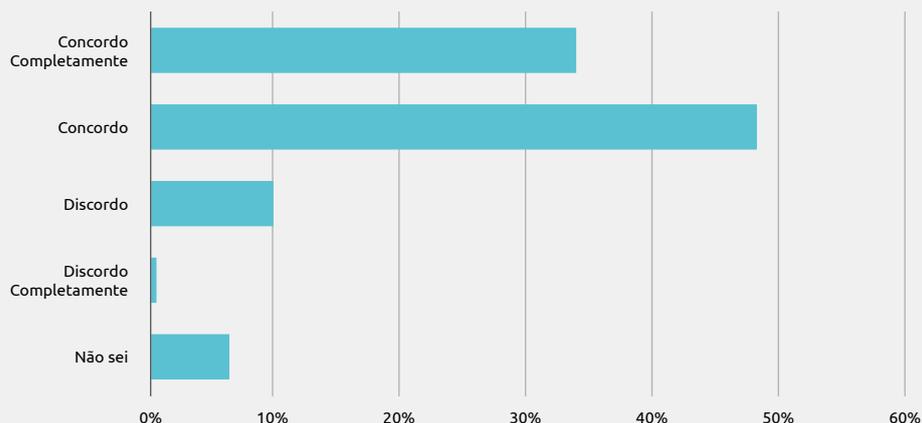
dos agentes entrevistados concordam ou concordam plenamente que o Open Insurance levará a um aumento na quantidade de produtos

### Consequências

Inicialmente, a maioria dos agentes acredita que haverá novos produtos, novas seguradoras no setor e uma distribuição de produtos mais diversificada. Em contrapartida, as outras duas conclusões é que foram descartadas as hipóteses de que os lucros das seguradoras irão cair com o Open Insurance e de que alguns consumidores possam ser excluídos desse novo modelo.

No gráfico 3, abaixo, ressaltamos a conclusão de que o mercado terá novos produtos. Por exemplo: no mínimo, 85% dos entrevistados concordam com essa afirmação, um número expressivo. Apenas 10% dos agentes entrevistados disseram que o Open Insurance não levará a um aumento na quantidade de produtos.

Gráfico 3. Haverá novos produtos com o Open Insurance?



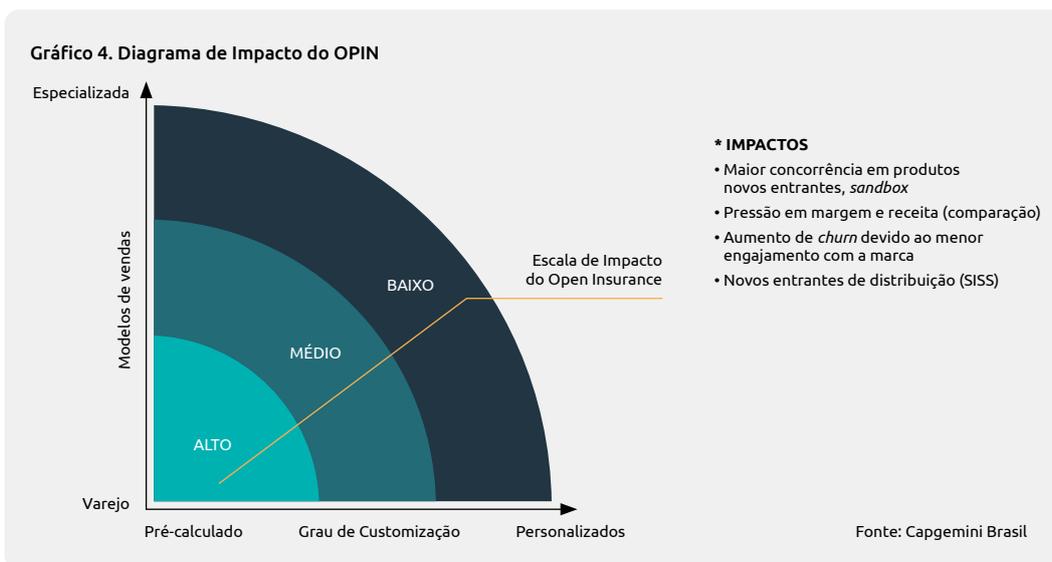
Para as demais consequências, as estatísticas também foram relevantes:

- 72% consideram que não haverá exclusão dos segurados (um ponto de preocupação trazido em debates como da EIOPA por exemplo<sup>5</sup>);
- 75% consideram que não haverá queda nos lucros das Seguradoras, o que demonstra a crença de que o Open Insurance não será apenas um “rouba monte” de clientes, mas expandirá a base atual de consumidores segurados;
- 80% dos respondentes consideraram que haverá novas seguradoras (incluindo insurtechs);
- 82% consideram que a distribuição do seguro ocorrerá por novos canais além dos atuais.

### Em quais ramos?

Quais seriam os ramos de seguros mais impactados pelo Open Insurance? Ao buscar responder a esse questionamento, um ponto comum às várias análises de mercado disponíveis é que quanto mais complexo for o produto e maior o trabalho de consultoria envolvido na sua comercialização, menos significativo seria o impacto do Open Insurance em termos de pressão em margem, redução de receita, novos concorrentes e menor engajamento com a marca. O contrário também seria verdadeiro: produtos mais simplificados em termos de cálculo, e com modelos de venda menos complexos, seriam mais impactados pelo Open Insurance, conforme diagrama de impacto desenhado abaixo, no Gráfico 4.

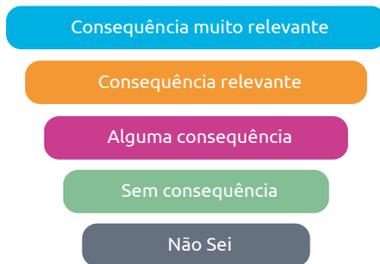
**75%**  
consideram que não haverá queda nos lucros das seguradoras



Nesse raciocínio, teoricamente, os ramos em que o Open Insurance provocaria maiores consequências seriam os do tipo massificados, cujo diferencial se dá, sobretudo, em termos de preço e há mais simplicidade nos produtos. Os seguros de Automóvel, Vida e Pessoas e Rural seriam afetados de forma moderada. E teríamos um impacto menor nos seguros de grandes riscos e coletivos, para os quais a consultoria é fundamental para se realizar um bom seguro e os produtos são personalizados para cada cliente (usualmente empresas).

Visando pôr em prova este raciocínio, na pesquisa, foram informados sete ramos de seguros, e foi questionado o grau de relevância das consequências do Open Insurance em cada um deles, como podemos ver na tabela 3:

Tabela 3. Escala de Relevância do OPIN



Conforme a visão dos executivos entrevistados os ramos de Vida, Automóvel e Massificados serão mais afetados pelo Open Insurance...

O resultado pode ser visto no gráfico 5, em que as notas de “Consequência muito relevante” e “Consequência relevante” foram somadas para formar as barras gráficas vistas abaixo.



Gráfico 5. Impactos Relevantes e Muito Relevantes do OPIN por Ramo



\*Resultados de acordo com as respostas dos 61 executivos entrevistados.

Pelos números, o que se conclui é que o Open Insurance irá proporcionar maior impacto em seguros de Vida/Pessoas, Automóvel, Massificados, Previdência, Saúde (ainda que este último esteja fora da regulação atual do Open Insurance) e Prestamista. Somente seguros de Grandes Riscos obtiveram pontuação muito baixa.

### Em quais perfis de segurados?

O mesmo raciocínio anterior foi usado para avaliarmos quais perfis de segurados seriam os mais beneficiados pelo OPIN. Nesse caso, o resultado das pesquisas demonstrou que, quanto menor

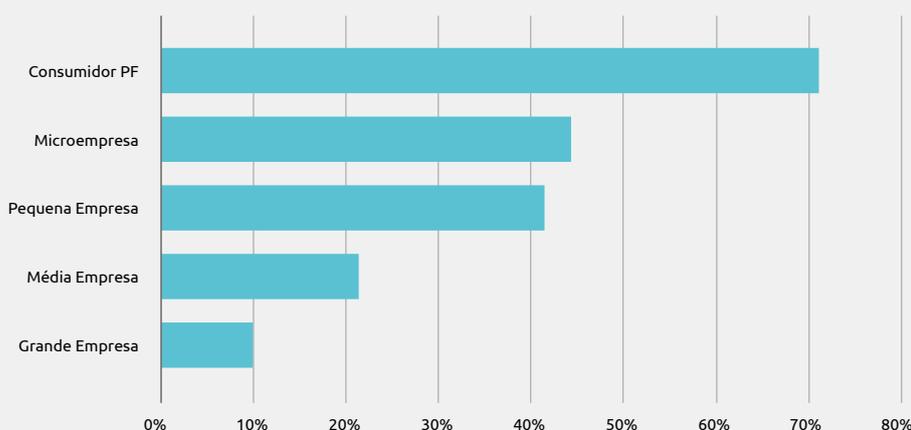
a estrutura do segurado, mais importante será o Open Insurance para ele, conclusão que já era esperada. Teoricamente, para as grandes empresas, o Open Insurance seria menos útil, por possuírem produtos mais personalizados e por terem profissionais específicos e qualificados para trabalharem em conjunto com suas seguradoras e corretores.

Assim, consumidores pessoas físicas e microempresas, seguidos de pequenas empresas, serão aqueles que devem utilizar mais fortemente as soluções do Open Insurance.

Esse resultado, segue em linha com o que se tem visto no Open Banking do Reino Unido, onde 4/5 dos usuários são pessoas físicas e 1/5 de pequenas empresas<sup>6</sup>.

...consumidores Pessoas físicas e Microempresas, seguido de Pequenas empresas, serão aqueles que devem utilizar mais fortemente as soluções do Open Insurance

Gráfico 6. Consequências Relevantes nos Segurados



**O Open Insurance permitirá que o mercado de seguros no Brasil alcance novos patamares de eficiência. Ele será uma peça essencial para a hiperpersonalização de ofertas e para a expansão deste mercado no Brasil.**



**Renata Ramos,**  
Líder de Seguros na Capgemini Brasil.

## Pergunta 03: Quais os desafios do Open Insurance?

O estudo avaliou quais seriam os principais desafios impostos pelo OPIN. Neste caso, além das respostas trazidas pela enquete, mesclaram-se, também, avaliações próprias de fatos que já têm sido observados no mercado.

Assim, foram listados oito desafios do Open Insurance, conforme a tabela 4:

**Tabela 4. Desafios a serem enfrentados**

Número	Desafios
1	Preparação tecnológica do setor
2	Comunicação com a sociedade e o setor de seguros
3	Entendimento do setor de seguros sobre a SISS
4	A estratégia de negócio
5	Adoção pelos agentes e consumidores
6	A interoperabilidade com o Open Finance
7	Desafios regulatórios
8	O risco de mau uso dos dados

A seguir, descrevemos cada um desses desafios:

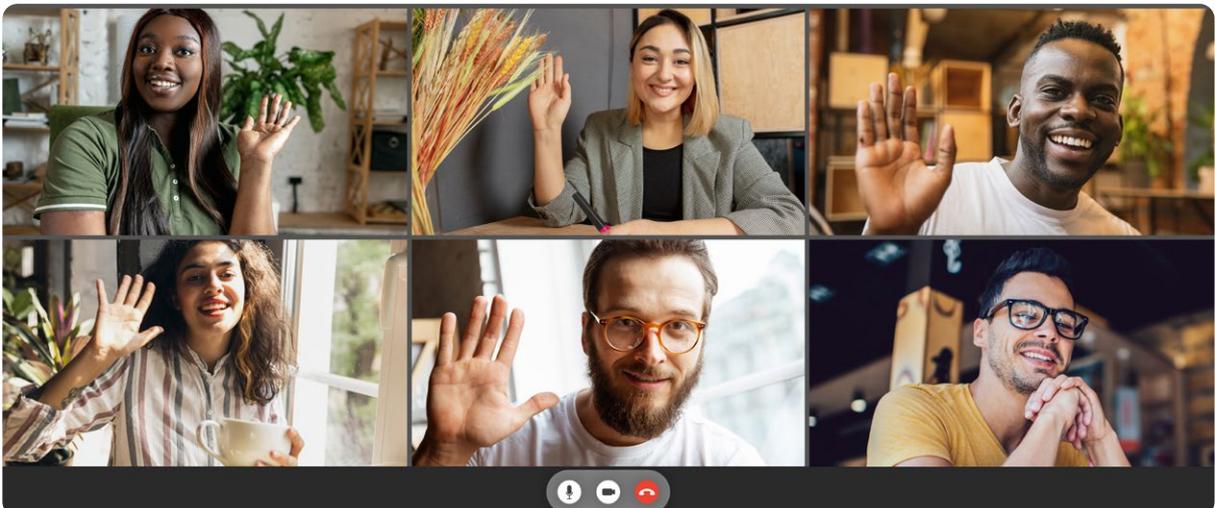
### Preparação tecnológica do setor

O Open Insurance traz consigo uma série de desafios tecnológicos: preparação das APIs para comunicação entre os participantes, reforço na cibersegurança, adaptação dos aplicativos e portais atuais, gestão da jornada do consentimento, preparação para comunicação direta com o cliente, comunicação com a SUSEP e a dificuldade de se trabalhar com os dados de maneira dinâmica e precisa, incluindo desde aqueles que já estão dentro da própria seguradora, até os que serão coletados ou compartilhados.

Na pesquisa, os agentes do mercado avaliaram, de maneira geral, a preparação tecnológica do setor. A escala utilizada foi de 1 a 10, do menor para o maior. Em função disso, as respostas foram agrupadas em faixas classificatórias, conforme a Tabela 6:

**Tabela 6. Qualificação das Respostas**

Resposta - Faixa	Critério de Avaliação
De 1,0 a 3,0	Baixo
De 3,1 a 5,0	Médio Baixo
DE 5,1 a 7,0	Médio Alto
De 7,1 a 10,0	Alto





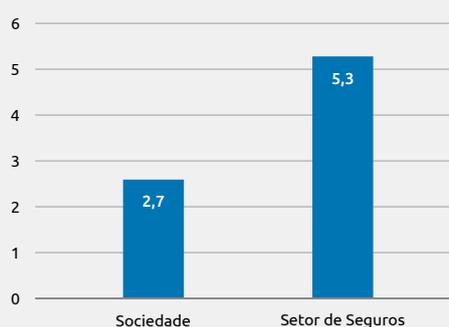
A partir das respostas, o nível de preparação tecnológica do setor de seguros para operar no Open Insurance foi qualificado em 5,3 pontos, uma qualificação “Média-Alta”, pelo critério aqui usado, mas muito mais próxima da “Media Baixa” do que da “Alta”.

### Comunicação com a sociedade e o setor de seguros

Outro desafio importante é avaliar como está a comunicação do Open Insurance, junto ao próprio setor de seguros e à sociedade. Nesse caso, os resultados estão apresentados a seguir, no gráfico 7. As respostas dos profissionais do setor de seguros sobre seu nível de conhecimento do assunto Open Insurance somaram 5,3 pontos, uma avaliação média-alta. Já o conhecimento da sociedade em relação ao Open Insurance estaria em 2,7 pontos, uma qualificação baixa, segundo os próprios agentes do setor de seguros. Em termos práticos, será muito difícil implantar o

Open Insurance com esse patamar. Nesse caso, a solução passa pela divulgação massiva do tema para a formação de uma cultura local. Críticos do Open Banking dizem que o modelo aberto de bancos teria tido mais sucesso em suas etapas iniciais e um maior “arranque”, se a questão da comunicação tivesse sido mais bem feita pelos órgãos responsáveis junto à sociedade<sup>7</sup>.

Gráfico 7. Comunicação do Open Insurance



## Entendimento do setor de seguros sobre a SISS

Peça importante da engrenagem do Open Insurance, as SISS, ou Sociedades Iniciadoras de Serviços de Seguros, seriam as responsáveis por, digitalmente, oferecerem serviços baseados nos dados disponíveis do Open Insurance, de maneira isenta e independente das seguradoras.

Primeiro, é importante ressaltar que esse assunto não é unanimidade, no que se refere à sua utilidade. Alguns agentes do setor dizem que, de certa maneira, essa análise já seria feita atualmente no mercado segurador brasileiro, e que as SISS poderiam mais confundir o consumidor do que ajudar. Concordem as partes<sup>8</sup> ou não, o fato é que<sup>9</sup>, em termos práticos, esclarecimentos ainda precisam ser feitos, para que o setor possa unir esforços.

Enfim, em projetos do tipo “Open”, seja envolvendo bancos ou seguradoras, é comum existir a figura de facilitadores como os TPPs (Third Party Providers), papel que se espera das SISS.

Na sua definição básica, a SISS será uma sociedade anônima digital com capital mínimo, que fornecerá serviços para os clientes. Intermediadoras entre os consumidores e as seguradoras, como o próprio nome diz, as SISS poderão prestar serviços de seguros como, por exemplo, buscar, ativamente, melhores preços, realizar endossos, renovar apólices, abrir avisos de sinistros, acompanhar a regulação deles, tudo isso baseado no fato de ela mesma poder ter acesso aos dados dos clientes em suas seguradoras, caso ele assim consinta<sup>10</sup>.

Importante ressaltar, que essas empresas não poderão assumir riscos (ou seja, não terão seus próprios produtos de seguros), não poderão deter os recursos pagos pelo cliente e deverão ter um serviço de atendimento ao consumidor próprio. Elas poderão compartilhar parcerias com corretores, entre outras características<sup>11</sup>.



## As SISS e o modelo de Third Party Providers (TPPs)

Polêmico e inovador em sua natureza, o modelo de TPP mereceria um capítulo à parte, devido ao seu potencial impacto.

Nos modelos de Open Banking Europeu e do Reino Unido, esses agentes assumiram um papel protagonista. Estima-se haver mais de 500 TPPs; algumas delas, pelo potencial de receita, já estão avaliadas em bilhões de Euros e lançando inovações em serviços.

Responsáveis pelo lançamento de novos serviços, no exterior, essas empresas abriram a porta do mercado de seguros para *players* não tradicionais como *venture capitalists*, bancos, empresas de tecnologia e gigantes do mercado, conforme mapeado pelo Observatório de Mercado da Capgemini.

Fonte: Observatório de Mercado Capgemini Europa

Mas a pergunta que fica é: Isso não poderá sofrer ajustes, em termos regulatórios? Como funcionará em termos práticos, no setor de seguros? Quem poderão ser os donos das SISS? Como os corretores de seguros, os representantes dos segurados, estarão envolvidos nesse processo? São perguntas importantes ainda sem respostas.

Baseado neste entendimento e nas dúvidas que ainda rondam o tema, o estudo lançou duas perguntas para seus respondentes.

**a) Como está o grau de entendimento do mercado de seguros sobre o modelo de funcionamento das SISS?**

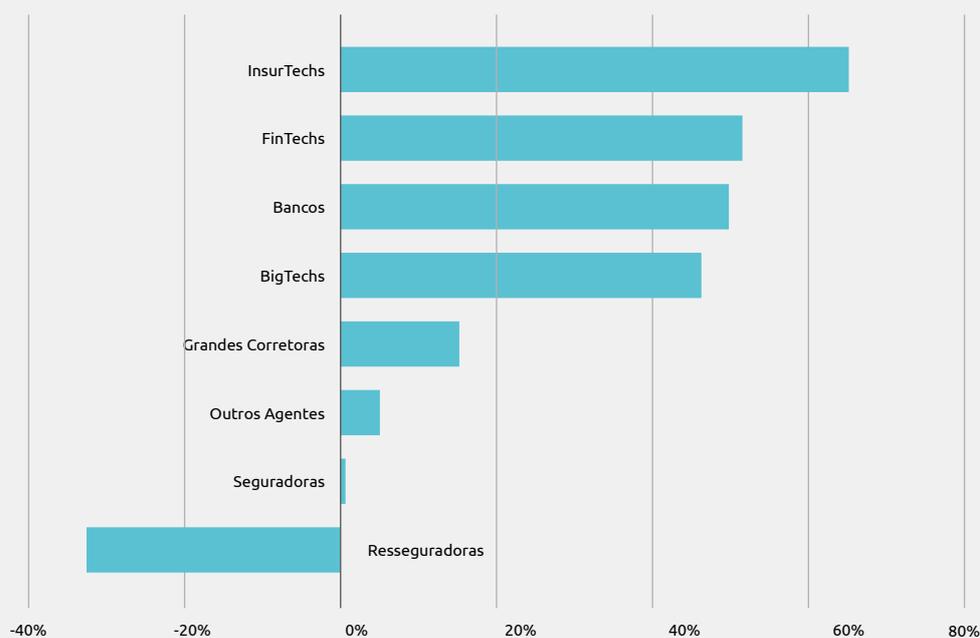
**b) Quem serão os potenciais empreendedores que serão os sócios criadores das SISS?**

Em relação à pergunta (a), surge, rapidamente, um ponto de atenção: o grau de entendimento do mercado em relação às SISS ainda estaria abaixo da média, numa nota 4 (de 1 a 10). Considerando a expectativa de início das SISS, a partir de 01/12/2022 (compartilhamento de serviços), esse grau de conhecimento pode ser um importante empecilho para o amadurecimento do tema no Brasil, a curto prazo.

Já quanto à pergunta (b), o gráfico 8 apresenta seus resultados. Pelos números, as empresas de tecnologia e os bancos são os que, teoricamente, teriam mais interesses em controlar uma SISS. As seguradoras não teriam maiores interesses nesse negócio, segundo os próprios executivos consultados.

As Sociedades Iniciadoras de Serviços de Seguros (SISS), seriam as responsáveis por digitalmente oferecerem serviços baseados nos dados disponíveis no Open Insurance

Gráfico 8. Chances ou Interesse de terem uma SISS



*Assim como aconteceu nos mercados europeu e inglês, o Open Insurance deverá abrir as portas do mercado brasileiro de seguros para novos players, como as techs: FinTechs, BigTechs e InsurTechs. Isso favorecerá uma onda de inovações neste mercado, com foco na experiência do cliente e em produtos atrativos.*



**Gustavo Leança**, Líder de Soluções para Seguros na Capgemini Brasil.

Na pesquisa, porém, outros perfis de empresas possíveis interessadas foram também citados, como: assessorias, cooperativas, empresas de assistências, empresas voltadas a prover dados e estatísticas para o mercado (exemplo: registradoras) e varejistas, dentre outras. A variedade é grande, sem dúvida.

## A estratégia de Negócio

Desde que o Open Insurance entrou em cena, os agentes do mercado com entrada compulsória têm se movido para melhor entender como tirar proveito desta nova realidade. Seguradoras, InsurTechs do *sandbox* regulatório e aqueles que estudam vir a ser SISS, todos têm buscado avaliar seus próximos passos.

O fato é que, para aqueles cujos dados de seus clientes passarão a ser compartilhados quando da solicitação do mesmo, faz-se essencial avaliar estratégias de como reter seus clientes, em um ambiente que tende a ser muito mais competitivo do que é hoje. Ainda que se possa ter um comportamento diferente no Open Insurance, o fato é que, no Open Banking do Reino Unido, a rotatividade de provedores financeiros pelo cliente pequena empresa saiu de uma faixa histórica de 4% para 17%, em 2021, com expectativas de alcançar 31%, em 2022<sup>12</sup>.

Sob outra visão, criar maneiras de se chegar no novo cliente, captar seus dados, oferecer um produto atrativo e precificá-lo de maneira dinâmica e precisa passou a ser uma discussão primordial.

Ambos os desafios, tem se convencionado chamar de “estratégias de ataque e defesa”.

## A velocidade de adoção pelos agentes e consumidores

Um mecanismo baseado no compartilhamento, como o Open Insurance, só tem valia quando aqueles que tem dados para compartilhar assim o fazem, e os meios tecnológicos funcionam de maneira adequada, proporcionando uma experiência atraente e segura para o usuário. O fato é que isso não é trivial. Críticos do Open Banking colocam que a questão da adoção pela população foi aquém da esperada nos momentos iniciais, bem como a complexidade tecnológica ainda ser um elemento de grande impacto, principalmente no modelo europeu<sup>13</sup>. Na realidade, se bem trabalhados, esses bloqueios podem ser rapidamente superados, de modo que, atualmente, 91% dos usuários do Open Banking do Reino Unido já se dizem satisfeitos com a experiência promovida pelo Open Banking e pela facilidade de usar seus serviços<sup>14</sup>.

## A Interoperabilidade com o Open Finance

A integração do Open Insurance com o Open Banking faz parte da agenda do Banco Central, alinhada à SUSEP para constituição do Open Finance<sup>15</sup>, conforme exposto na própria Regulação do Open Insurance, que determina que “constituem objetivos do Open Insurance (...) ser interoperável com o Open Banking”<sup>16</sup>. A ideia é criar um ambiente digital e interoperável, no qual um cliente possa enxergar e compartilhar seus dados financeiros como um todo. Com isso, melhor gestão financeira e melhores produtos são apenas algumas das expectativas. O fato é que essa integração facilitará o ambiente competitivo, fazendo com que os Bancos e FinTechs enxerguem, com mais clareza, os produtos de seguros de seus clientes e possam lhe oferecer soluções personalizadas e adequadas.

# 91%

dos usuários do Open Banking do Reino Unido já se dizem satisfeitos com a experiência promovida pelo Open Banking



**O Open Insurance exigirá das seguradoras e das corretoras o desenvolvimento de capacidades ainda pouco trabalhadas por elas. Por exemplo: a capacidade de personalizar ofertas com base em dados, momentos de vida e preferências dos clientes. Assim poderão trabalhar a atração de clientes das outras seguradoras ao mesmo tempo em que defendem os seus. Isso pode parecer óbvio, mas a verdade é que o mercado brasileiro ainda tem muito a avançar nessa direção.**



**Roberto Ciccone**, Vice-presidente para Financial Services na Capgemini Brasil.

## Desafios regulatórios

Ainda sob importantes questionamentos jurídicos<sup>17/18</sup> sobre a maneira como foi concebido, a realidade é que o OPIN e especialmente a SISS, precisam vencer essa etapa de incerteza regulatório para que os movimentos de investimento possam ser feitos com maior tranquilidade e estabilidade pelos empreendedores, investidores e principais players do mercado.

## O risco do mau uso dos dados

A EIOPA (European Insurance Occupational Pensions Authority) fez uma análise detalhada<sup>19</sup> sobre a implantação do Open Insurance na Europa. A Insurance Europe (entidade que representa as seguradoras europeias) também fez uma série de questionamentos<sup>20</sup> sobre o processo. O assunto é complexo. No texto da EIOPA, existe até mesmo um capítulo específico sobre os riscos da implantação do Open Insurance.

Por exemplo: para o consumidor, como aspectos negativos, o texto cita a má utilização dos dados ou o aumento de risco cibernético,

a exclusão de alguns clientes do mercado que não se encaixariam no perfil da seguradora, o risco de o cliente se ver tentado a decidir apenas por preço, desconsiderando outros fatores ou, ainda, uma maior homogeneização dos produtos, com menos variedade de opções para o cliente. Já para as empresas, o risco de novos entrantes (SISS, por exemplo), o maior risco cibernético e a necessidade de mais controles, a menor fidelidade à marca, a perda de clientes ou uma luta desenfreada por preços.

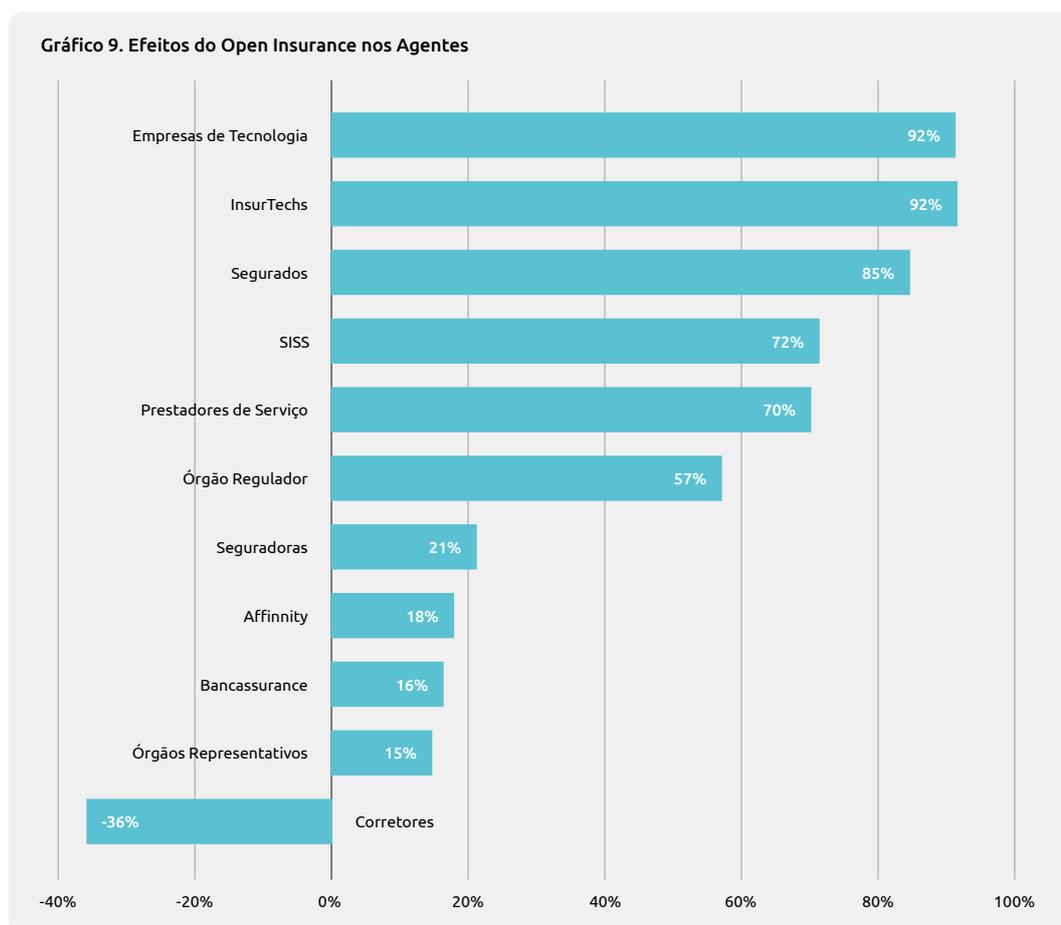
Em textos provocativos<sup>21</sup>, alguns autores já chegam a questionar se o mercado de seguros poderá se tornar um “modelo do tipo Uber”, com a chegada do Open Insurance. Será que, no futuro, você informará os seus dados pessoais e, imediatamente, diversos seguros irão aparecer na tela do seu celular, em uma concorrência predatória só por preço? É óbvio que há ingenuidade em considerar que o transporte de um lugar para outro tem a mesma complexidade que a compra de um seguro; não é assim que as coisas funcionam. Por isso, essa “uberização” do setor de seguros não seria fácil de acontecer, nem mesmo a longo prazo. De qualquer maneira, só o fato de já existir, tal pergunta mostra a seriedade da situação.



## Pergunta 04: Como definir uma estratégia eficiente para o Open Insurance?

Uma vez entendida sua importância, mapeados seus impactos e listados seus desafios, a pergunta que resta é: como estabelecer uma estratégia eficiente, que permita a diferenciação no ambiente do Open Insurance.

Com base nesse raciocínio, o estudo submeteu um questionamento aos agentes de mercado, visando identificar quais seriam os maiores beneficiados pelo Open Insurance. O resultado deu origem ao gráfico 9:



*Quando as barreiras, dificuldades e desafios forem vencidos, acredito que o Open Insurance terá importância no mercado de seguros no país, melhorando, assim, a eficiência dos produtos oferecidos ao consumidor de seguros.*



**Francisco Galiza**, Mestre em Economia (FGV), catedrático pela ANSP (Academia Nacional de Seguros e Previdência) na cadeira "Ciências Econômicas do Seguro".

Pelas respostas obtidas, os ganhos em maior escala serão captados, primeiramente, pelas InsurTechs; em seguida, pelas empresas de tecnologia, segurados, as SISS e as prestadoras de serviços. Em grau menor, a SUSEP, as seguradoras, os canais *affinity* e *bancassurance* e os órgãos representativos com efeitos positivos, mas reduzidos. Já os corretores de seguros seriam aqueles com pior perspectiva de impacto, dado o atual momento de discussão sobre a redundância de seus trabalhos com a SISS.

Naturalmente, essa é uma opinião de momento, em que muitas incertezas ainda rondam pelo ar. A maneira como cada agente do mercado vai conseguir se adaptar e reagir às mudanças será a chave do sucesso. Em consequência, com o tempo, essa opinião pode mudar.

Como, então, adotar estratégias eficientes para o Open Insurance e fazer deste movimento uma oportunidade?

Conforme o *framework* internacional de transformação da Capgemini, a jornada em direção ao Open Insurance passa, necessariamente, por quatro dimensões:

- i. Foco no cliente
- iii. Inovação
- ii. Processos inteligentes
- iv. Ecossistema aberto

...os ganhos em maior escala serão captados primeiramente pelas InsurTechs, seguidas pelas empresas de tecnologia, Segurados, as SISS e as prestadoras de serviços

## Foco no Cliente

Beneficiar o consumidor final é um dos objetivos maiores do Open Insurance, do Open Banking e de outros futuros movimentos “Open” já em discussão. Por isso, é crucial garantir que produtos, coberturas, processos internos e externos, serviços de atendimento e assistência, portais e apps estejam desenhados com o foco no cliente. A jornada, seja de uma seguradora ou de um canal, precisa ser pensada com o cliente no centro. A potencial redução nas barreiras de saída, promovida pelo Open Insurance, permitirá um processo de mudança de provedor muito mais rápido.

Nessa linha, estudos anteriores da Capgemini destacam um conjunto de três fatores essenciais para as capacidades de atração e manutenção de clientes: o CARE<sup>22</sup>, um acrônimo para:

- **Conveniência:** permitir ao cliente se relacionar com sua corretora, seguradora ou InsurTech da maneira que lhe seja mais conveniente e pelo canal que mais lhe agrade.
- **Aconselhamento:** apoiar o cliente na escolha do melhor produto de maneira inteligente e alinhada ao seu perfil, bem como sanar suas dúvidas mais complexas de maneira rápida e precisa, no momento e da forma que o cliente desejar.
- **RElevância:** ofertar experiências relevantes para seus clientes, seja por meio de um atendimento excelente, no momento em que eles mais precisam (como diante da ocorrência de um sinistro), ou pela oferta de produtos e serviços que sejam relevantes para eles, que os ajudem a prevenir riscos, trazendo aumento da fidelidade<sup>23</sup>.



Complementarmente ao CARE, há a importância de se conhecer, profundamente, os clientes: saber quais geram maior rentabilidade, quais têm maior tendência à evasão, como aumentar a fidelização, como ser mais competitivo, etc. Todos esses insights, assim como o CARE, passam pela capacidade analítica de dados das empresas, algo ainda pouco maduro no mercado de seguros<sup>24</sup>, tanto para as seguradoras, mas muito mais para os canais de distribuição. Apoiar esses últimos nessa evolução tecnológica é o que se tem chamado de “digi-intermediação”<sup>25</sup>, um termo que afasta a ideia da eliminação do corretor, reforçando, em contrapartida, a importância da intermediação apoiada por tecnologia.

Ao final, o objetivo deve ser a hiperpersonalização, de maneira que cada pessoa tenha as suas necessidades atendidas individualmente (*segment of one*<sup>26</sup>).

## Processos inteligentes

Buscar processos internos e externos eficientes é a maneira como as seguradoras e os canais vão garantir que a solicitação de um cliente não demore dias para ser atendida ou se perca nos emaranhados burocráticos dos processos.

Também é a chave para reduções de custos e eficiência operacional, que, automaticamente, se refletem em melhores serviços, mais agilidade e menos erros<sup>27</sup>.

Para isso, buscar a automação e a digitalização dos processos é essencial para oferecer respostas rápidas e precisas, e acelerar processos como emissões, endossos, renovações e sinistros com a flexibilidade de poder atender ao cliente de uma maneira “fígital” (abrangendo tanto os canais físicos quanto os digitais).

Como passo subsequente à automação mais básica está a aplicação gradual de soluções de inteligência artificial (IA) baseadas em tecnologias como machine learning e *natural language process* (NLP), que permitam tornar os processos mais inteligentes e com autonomia de tomada de decisão.

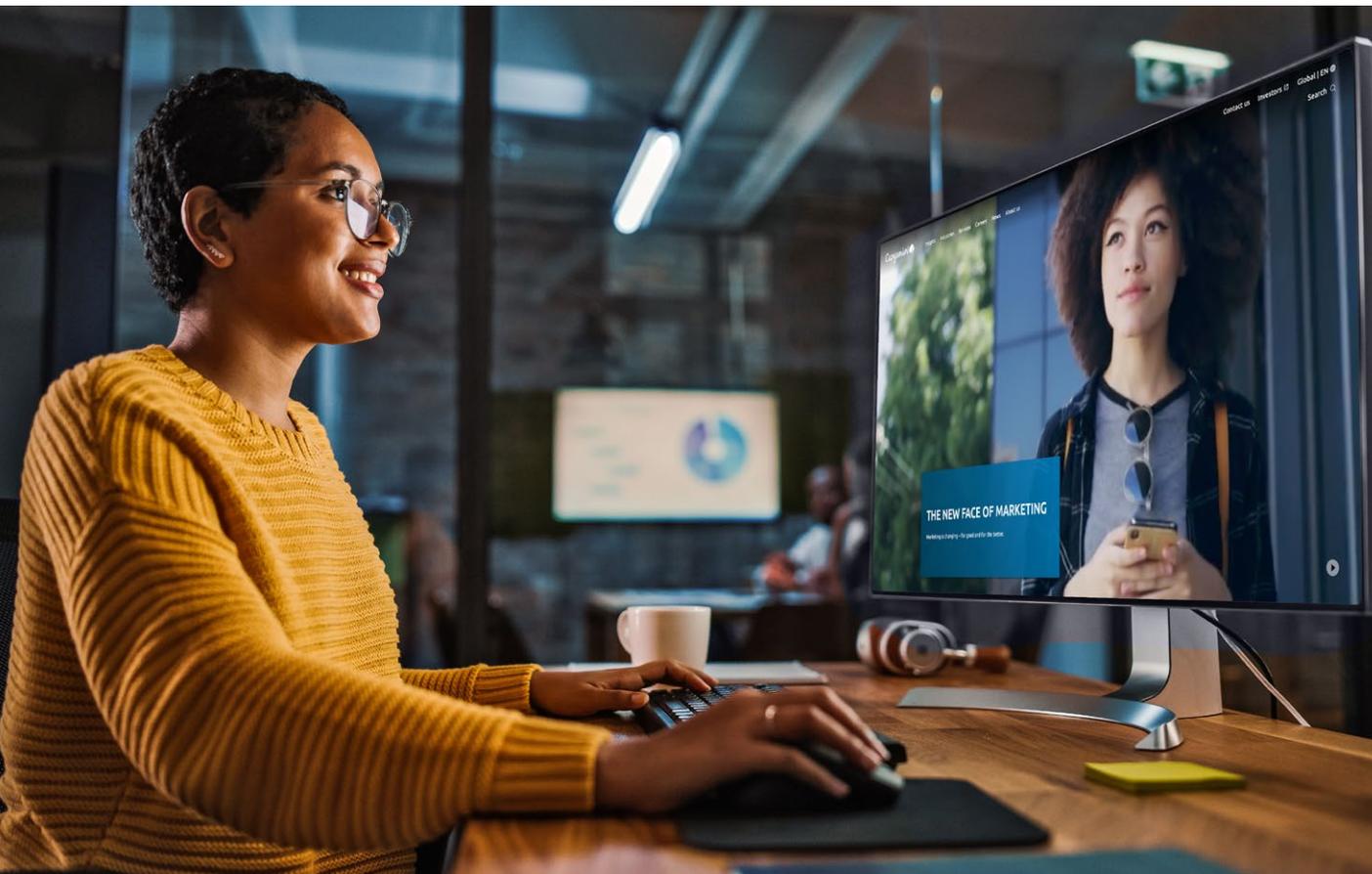
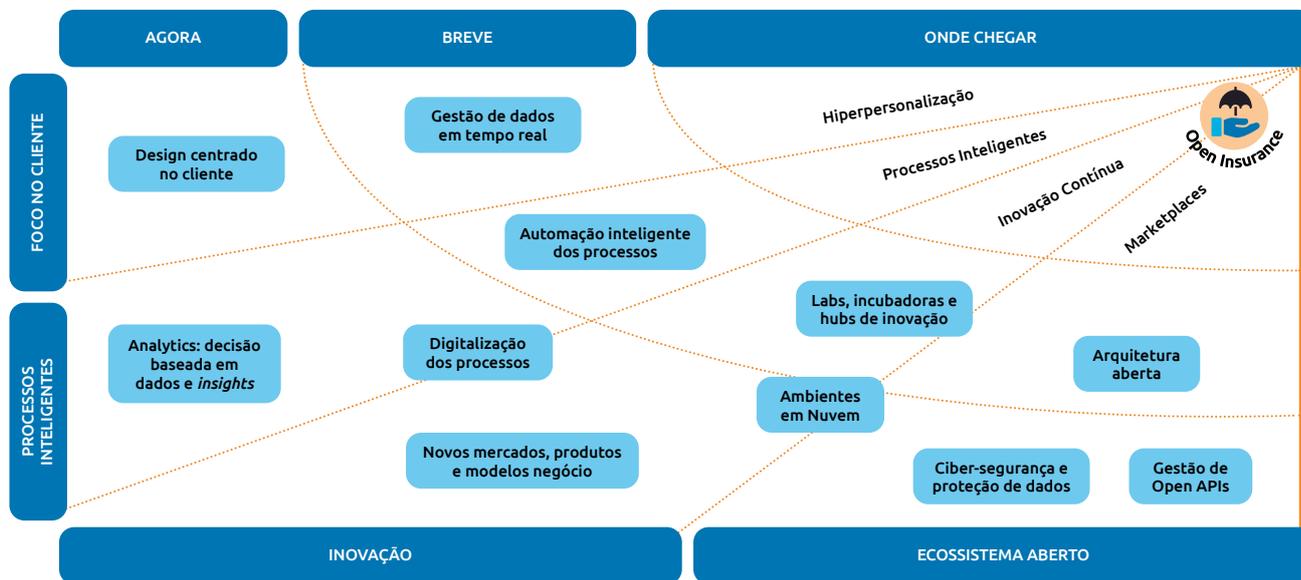


Gráfico 10. Roadmap de referência de Ações Estratégicas Rumo ao OPIN



## Inovação

Em um ambiente onde a comparação de preços tende a ser mais forte para produtos massificados, inovar e diferenciar-se será a chave para evitar uma guerra de preços.

A inovação pode vir no formato de novos produtos, novas coberturas, novos serviços agregados a ofertas existentes, novos benefícios, entre outros.

Cases internacionais demonstram que empresas capazes de ofertar, de maneira conjunta, o produto Vida, somado a serviços de saúde e bem-estar têm reportado melhores taxas de retenção de cliente<sup>28</sup>, prêmios mais altos e maior cross-sell<sup>29</sup>.

Tão importante quanto inovar nas ofertas, será, também, a capacidade de explorar novos canais e modelos de negócio. O Open Insurance e o Open Finance favorecerão a constituição de marketplaces, que possibilitarão a oferta de seguros embutidos em outros produtos financeiros, como o crédito, por exemplo. Estudos norte-americanos demonstram que clientes de bancos digitais chegam a ter duas vezes mais propensão a comprar seguros que estejam embutidos em outras ofertas bancárias<sup>30</sup>.

A constituição de incubadoras, laboratórios e hubs de inovação, bem como a construção de parcerias com InsurTechs e FinTechs são maneiras que as seguradoras podem se utilizar para acelerar a inovação em seu dia-a-dia.

O objetivo final dessa trajetória deve ser a instauração de uma cultura e de processos de co-inovação contínua.

## Ecosystema aberto

Trabalhar de maneira aberta, por meio de APIs e estar preparado para a troca de dados com parceiros de maneira segura, mais do que uma necessidade, é uma obrigação imposta pelo Open Insurance. No caso brasileiro, o formato das APIs foi definido pela estrutura de governança provisória do OPIN, composta de profissionais do mercado, e sua padronização ajudará na entrada de novos players e na futura integração com o Open Banking, constituindo o Open Finance.

Ser “open”, traz desafios tanto tecnológicos quanto culturais, que devem ser trabalhados pela companhia, de maneira a reforçar a importância desse modelo nos altos escalões das empresas.

Tudo isso, sem deixar de lado a questão da segurança dos dados que estarão trafegando em seus processos e que precisarão ser protegidos contra acessos indevidos, vazamentos ou usos inadequados.

Além desses itens, o Open Insurance traz desafios importantes como garantir uma adequada gestão do consentimento do cliente, o monitoramento das APIs, para que elas não impactem o desempenho do Open Insurance, além da própria interoperabilidade com o Open Banking, que é algo que já preocupa em termos de complexidade sistêmica.

O gráfico 10 consolida essa jornada de transformação em um roadmap segmentado pelas dimensões e uma visão temporal dividida em: “ações imediatas”, “ações próximas” e “onde se quer chegar”.

Buscar processos internos e externos eficientes é a maneira como uma seguradora ou um canal vão garantir que a solicitação de um cliente não demore dias para ser atendida

## CONCLUSÕES

Que os movimentos “Open” fazem parte de uma tendência inexorável já não há mais dúvidas. E o Open Insurance é parte deste movimento de transformação, em que o consumidor passará a ter a real posse dos seus dados e os usará como ativos a seu favor.

Mas o Open Insurance vai além dos dados. É um movimento de digitalização, que empurrará empresas e consumidores para uma transformação digital sem volta.

No Brasil, essa transformação está em andamento e, a partir de dezembro de 2022, o Open Insurance estará ativo. Contudo, seus impactos não serão percebidos de imediato; haverá um período de amadurecimento. É neste tempo que as empresas do setor, especialmente as seguradoras e as corretoras, precisam se preparar. Principalmente aquelas focadas nos produtos que sofrerão potencialmente maior impacto – com modelos simples de cálculo e venda pouco consultiva. Novos produtos, novos entrantes, novos canais são apenas algumas das previsões que podem ser feitas.

Daqui para frente, o cenário é de grandes desafios para essas empresas e definir estratégias eficientes será a chave do sucesso. Foco no cliente, otimização de processos, inovação em produtos e serviços e fortes investimentos em tecnologia são os próximos passos que os agentes do mercado de seguros precisam dar – e devem começar o quanto antes.

Mas quais serão os resultados que se pode esperar de toda essa mudança? O Open Banking internacional é uma boa referência, respeitadas as diferenças entre os produtos bancários e de seguros,

fora do Brasil, já se discute o possível ganho da diminuição de custos na economia. Já existe até alguma bibliografia a respeito<sup>31</sup>, embora o movimento também esteja um tanto recente. Diversos fatos são citados<sup>32</sup> como condutores de melhores condições comerciais: menores custos de transação, o melhor fluxo de informações entre as instituições, melhores produtos, etc. Em alguns países, como a Austrália, por exemplo, a expectativa é que, com o Open Banking, haverá grandes vantagens em termos de menores preços e uma maior variedade de produtos<sup>33</sup>.

Contudo, é essencial que os desafios trazidos por estes novos modelos Open sejam enfrentados um a um, para que os benefícios citados acima possam ser colhidos. E no Brasil, desde a comunicação, até a estabilização regulatória, precisam ser trabalhados com a devida celeridade, permitindo, assim, que os clientes pessoa física e as micro e pequenas empresas tenham a segurança e o conhecimento necessários para aderirem e, conseqüentemente, usufruírem dos benefícios do Open Insurance.

Ao final, no entanto, entende-se que a expectativa geral para com o OPIN é otimista e que o setor, após sofrer os seus processos de ajustes – como é natural em uma situação desse perfil –, terá ganhos estendidos a toda a sociedade.

Por ser inevitável, é fundamental que as empresas passem a ver o Open Insurance como algo positivo, para explorar todas as possibilidades de negócios. Em resumo: é necessário ter mais interesse nessa mudança e no fato em questão e montar uma estratégia de adaptação a essa nova realidade.

## Metodologia

Este estudo foi baseado em duas abordagens distintas e complementares.

Primeiro, uma análise teórica do Open Insurance. A partir daí, foi feita uma consulta bibliográfica detalhada sobre o que tem sido publicado a respeito do assunto, no Brasil e no mundo. Com isso, foi possível avaliar tendências e analogias nesse mercado.

Um segundo tópico foi uma pesquisa realizada junto a agentes que atuam no mercado de seguros no país e que operam (ou irão

operar) com o Open Insurance: seguradoras, grandes corretoras, InsurTechs, resseguradoras, entidades representativas, dentre outras. Com esses dois tópicos, foi possível ter uma abordagem mais sólida do segmento.

Esta pesquisa foi realizada no mês de fevereiro e no início de março de 2022 e obteve, ao todo, resposta de 61 altos executivos de distintas empresas.

# 61

empresas responderam essa pesquisa, que foi realizada no mês de fevereiro e no início de março de 2022, nesse ano



*Este trabalho é resultado da consolidação das visões e expectativas de alguns dos maiores executivos do mercado de Seguros do Brasil. Estamos muito felizes com o resultado obtido, pois ouvimos desde seguradoras, InsurTechs, Órgãos Representativos dentre outros.*



**Gustavo Leança**, Líder de Soluções para Seguros na Capgemini Brasil.

## AGRADECIMENTOS

Em um trabalho deste porte, alguns agradecimentos precisam ser registrados:

Em particular, aos participantes da pesquisa, na cessão do seu tempo. Como se pode observar, uma parte importante deste estudo consistiu nesse levantamento. Com isso, foi possível constatar as expectativas e avaliações atuais dos principais agentes desse setor. Visando não ocupar muito o tempo dos entrevistados, o questionário foi sucinto e objetivo, com perguntas de múltipla escolha de caráter institucional e uma abordagem estratégica do segmento.

Todas as respostas individuais foram confidenciais e as informações só foram divulgadas neste texto, em termos agregados. Mais uma vez, agradecemos pelo apoio.

Gostaríamos, também, de destacar as áreas e as equipes que participaram na composição e entrega deste estudo sobre o Open Insurance para o mercado de Seguros no Brasil, em especial Karina Orlandi e Eduardo Baltazar.

## Autores



### Roberto Ciccone.

**Vice-presidente para Serviços Financeiros na Capgemini Brasil.**

Mais de 30 anos em consultorias globais como Capgemini, Everis/NTTData, IBM e SAP, além de mais de 20 anos com sólida vivência em serviços financeiros, nos principais bancos e seguradoras no Brasil, América Latina e Europa. Ciccone atua em transformação, eficiência operacional e competitividade, estratégia, reengenharia, CX, inteligência analítica, implantação de pacotes e plataformas, aplicações, infraestrutura, além de ser professor de MBA em Seguros na ENS e em Banking na FIA-USP. Formado em Engenharia Mecatrônica (POLI-USP) com especialização em Administração pela Fundação Vanzolini, MBA em Business Integration pela UFRJ e MBA em Banking pela FIA-USP.



### Renata Ramos.

**Líder de Seguros na Capgemini Brasil**

Profissional com mais de 25 anos de experiência no setor de Serviços Financeiros, atuando em Delivery e Vendas de soluções especializadas e programas de transformação para os principais clientes do setor. Pós-graduada em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e com MBA em Gestão de Projetos pela FGV, atua há 17 anos, na Capgemini Brasil, tendo exercido, durante esse tempo, diversos papéis estratégicos na organização.



### Gustavo Leança.

**Líder de Soluções para Seguros na Capgemini Brasil.**

Formado em Economia pela USP, com MBA em Gestão de Tecnologia pela FGV. Soma quase 20 anos de atividade no mercado de seguros, com atuação prévia em empresas como MAPFRE e BBMAPFRE e nas consultorias Accenture e IBM, nestas duas últimas, sempre atendendo ao mercado de seguros. Construiu um forte conhecimento, que abrange as dimensões operacional, regulatória e estratégica de uma seguradora.



### Francisco Galiza.

**Mestre em Economia (FGV), catedrático pela ANSP (Academia Nacional de Seguros e Previdência) na cadeira "Ciências Econômicas do Seguro".**

Autor de dezenas de artigos, estudos e vídeos sobre os setores de seguros, previdência e capitalização. Palestrante em eventos do setor. Consultor especializado em seguros, já prestando serviços para diversas empresas e entidades representativas de classe.

**Contato:** galiza@ratingdeseguros.com.br

## Sobre a Capgemini

A Capgemini é líder global em parcerias com empresas, para transformar e gerenciar seus negócios, aproveitando o poder da tecnologia. O Grupo é guiado pelo propósito de liberar a energia humana, por meio da tecnologia, para um futuro inclusivo e sustentável. É uma organização responsável e diversificada com uma equipe de mais de 325.000 pessoas em mais de 50 países. Com sua forte herança de 55 anos e profundo conhecimento do setor, seus clientes confiam na Capgemini para atender toda a amplitude de suas necessidades de negócios, desde a estratégia e o design, até as operações, impulsionada pelo mundo inovador e em rápida evolução de nuvem, dados, IA, conectividade, software, engenharia digital e plataformas. O Grupo Capgemini reportou, em 2021, receita global de € 18 bilhões.

Get the future you want | [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com)

---

### Isenção de responsabilidade

As informações aqui contidas são de natureza geral e não se destinam nem devem ser interpretadas como aconselhamento profissional ou opinião fornecida ao usuário. Este documento não pretende ser uma declaração completa das abordagens ou etapas, que podem variar de acordo com os fatores individuais e as circunstâncias necessárias para uma empresa atingir qualquer objetivo comercial específico. Este documento é fornecido apenas para fins informativos; destina-se, exclusivamente, a fornecer informações úteis ao usuário. Este documento não é uma recomendação de nenhuma abordagem específica e não deve ser utilizado para abordar ou resolver qualquer assunto em particular. O texto deste documento foi originalmente escrito em português. A tradução para outros idiomas além do português é fornecida como uma conveniência para nossos usuários. A Capgemini Brasil se isenta de qualquer responsabilidade por imprecisões na tradução e de toda e qualquer representação e garantia de qualquer tipo.

## Notas finais

- <sup>1</sup> <https://openinsurance.susep.gov.br/>
- <sup>2</sup> Lei LGPD. Ver... [https://pt.wikipedia.org/wiki/Lei\\_Geral\\_de\\_Prote%C3%A7%C3%A3o\\_de\\_Dados\\_Pessoais](https://pt.wikipedia.org/wiki/Lei_Geral_de_Prote%C3%A7%C3%A3o_de_Dados_Pessoais)
- <sup>3</sup> Circular CNSP 415/2021. Ver... <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-cnsp-n-415-de-20-de-julho-de-2021-333272165>
- <sup>4</sup> Expectativa atual com o Open Insurance. <https://www.revistaapolice.com.br/2022/01/open-insurance-a-primeira-legislacao-do-mundo-e-brasileira/>
- <sup>5</sup> Estudo da EIOPA sobre o Open Insurance. <https://www.eiopa.europa.eu/sites/default/files/publications/consultations/open-insurance-discussion-paper-28-01-2021.pdf>
- <sup>6</sup> Relatório OBIE UK, 2021 - <https://openbanking.foleon.com/live-publications/the-open-banking-impact-report-october-2021-ug/home/>
- <sup>7</sup> <https://www.globalbankingandfinance.com/why-has-open-banking-failed-to-live-up-to-its-promise/>
- <sup>8</sup> Artigo defendendo que as corretoras de seguros já prestam um serviço similar aos da SISS. [https://www.sincor.org.br/olhar-atento-aos-novos-desafios-que-vem-por-ai/?fbclid=IwAR3ddy4JIR271bUznNcv7PiCKnt-i7W\\_Ys\\_6mjBhDpDqMHshyactsM-xYKc](https://www.sincor.org.br/olhar-atento-aos-novos-desafios-que-vem-por-ai/?fbclid=IwAR3ddy4JIR271bUznNcv7PiCKnt-i7W_Ys_6mjBhDpDqMHshyactsM-xYKc)
- <sup>9</sup> Resolução CNSP nº 429, de 12 de novembro de 2021
- <sup>10</sup> Mais detalhes na Resolução CNSP 429/2021. <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-cnsp-n-429-de-12-de-novembro-de-2021-359459494>
- <sup>11</sup> Carta-Propague-Perspectivas-do-Open-Banking-para-Pequeenas-Empresas, edição 1, Instituto Propague
- <sup>12</sup> <https://sifted.eu/articles/open-banking-back-nordigen-api/>
- <sup>13</sup> "Our research found that most customers (91%) find services easy to set up and they have a positive net promoter score (NPS). Personal Finance Manager services have an NPS Score of +26, with savings apps at +8."
- <sup>14</sup> <https://openbanking.foleon.com/live-publications/the-open-banking-impact-report-october-2021-ug/executive-summary/>
- <sup>15</sup> <https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/17648/nota>
- <sup>16</sup> Resolução CNSP 415/2021, Art. 3º
- <sup>17</sup> Segundo alegação de entidades do mercado, o Decreto-lei no 73 de 1966, art. 8º não considera a SISS em seu hall de agentes privados que integram o Sistema Nacional de Seguros Privados
- <sup>18</sup> <https://www.segs.com.br/seguros/322993-projeto-de-lucas-vergilio-pode-anular-open-insurance,06/12/2021>
- <sup>19</sup> Estudo da EIOPA sobre o Open Insurance. <https://www.eiopa.europa.eu/sites/default/files/publications/consultations/open-insurance-discussion-paper-28-01-2021.pdf>
- <sup>20</sup> Questionamentos da Insurance Europe sobre o Open Insurance. <https://www.insuranceeurope.eu/publications/2336/comments-on-eiopa-discussion-paper-on-open-insurance/download/Comments+on%20EIOPA%20discussion%20paper%20on%20open%20insurance.pdf>
- <sup>21</sup> Comparação de Open Insurance com Uber. <https://www.innopay.com/en/publications/open-insurance-next-uber-industry>
- <sup>22</sup> World Insurance Report, 2021, The Care Equation, Capgemini
- <sup>23</sup> Segundo o Estudo Top Trends Life, 2022, Capgemini, mais de 50% dos clientes tendem a aumentar sua fidelidade à marca, caso recebam serviços de valor
- <sup>24</sup> The Data Powered Insurer, 2022, Capgemini
- <sup>25</sup> World Insurance Report, 2021, Digi-intermediation, Capgemini
- <sup>26</sup> <https://www.capgemini.com/2018/06/creating-a-segment-of-one/>
- <sup>27</sup> Casos internacionais demonstram ganhos de acuracidade de até 98% em casos de conferências de documentos em processos de sinistros, conforme estudo Top Trends 2022, Capgemini, Zurich UK.
- <sup>28</sup> 50% dos entrevistado do World Insurance Report, 2019 pontuaram que tendem a ficar na mesma seguradora, caso essa lhe ofereça serviços de valor agregado percebido.
- <sup>29</sup> The Data Powered Insurer, Capgemini, 2022
- <sup>30</sup> Cover Gemius, Embedded Insurance Report June 2021 Leveraging Transaction Data To Expand Coverage In A Digital-First Market
- <sup>31</sup> Como o Open Banking está reduzindo os custos nos países. <https://novuminsights.com/post/will-open-banking-really-reduce-transaction-costs/>
- <sup>32</sup> Onde são os benefícios pelo Open Banking. <https://www.yolt.com/blog/how-open-banking-can-help-businesses-cut-costs>
- <sup>33</sup> Ganhos do Open Banking na Austrália. <https://www.afr.com/companies/financial-services/open-banking-will-reduce-costs-improve-choice-treasurer-20200630-p557hh#:~:text=Treasurer%20Josh%20Frydenberg%20says%20the,more%20choice%20and%20greater%20competition.&text=Mortgages%20and%20personal%20loan%20data,non%2Dmajor%20banks%20next%20year>

## Visite

<https://www.capgemini.com/br-pt>



## Contatos Capgemini Brasil

**Roberto Ciccone**

Roberto.ciccone@capgemini.com

**Renata Ramos**

Renata.ramos@capgemini.com

**Gustavo Leança**

Gustavo.adriano@capgemini.com