



Emmanuel Lorenzon

**Tendências do posicionamento dos bancos
na indústria de seguros na França**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-
Graduação em Administração da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Cesar Motta

Rio de Janeiro
Março de 2005



Emmanuel Lorenzon

**Tendências do posicionamento dos bancos
na indústria de seguros na França**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas do Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Paulo Cesar Motta
Orientador
PUC-Rio

Prof. Luis Fernando Hor-Meyll Alvares
PUC-Rio

Prof^a. Mônica Zaidan Gomes Rossi
UFRJ

Prof. João Pontes Nogueira
Vice-Decano de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 30 de março de 2005

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Emmanuel Lorenzon

Cursou parte do Mestrado em Administração na ESSEC, em Paris, na França. Fez pós-graduação em Sociologia Política na PUC-Rio e graduou-se em Administração de Empresas na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Participou da AIESEC, associação mundial de negócios e formação de líderes. No âmbito profissional, atuou em diversas áreas em Planejamento Estratégico, Desenvolvimento, Marketing e Vendas no Brasil, Estados Unidos, Canadá e na França nas empresas Petróleo Ipiranga, Banco Bozano Simonsen, Septimatech Group Inc. e Banco HSBC. Atualmente, é responsável pela área de estratégia e desenvolvimento da divisão de seguros do Grupo HSBC em Paris, na França.

Ficha Catalográfica

Lorenzon, Emmanuel

Tendências do posicionamento dos bancos na indústria de seguros na França / Emmanuel Lorenzon ; orientador: Paulo Cesar Motta. – Rio de Janeiro : PUC, Departamento de Administração, 2005.

131 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração.

Inclui referências bibliográficas.

1. Administração – Teses. 2. Posicionamento dos bancos. 3. Indústria de seguros. 4. Tendências. 5. Marketing estratégico. I. Motta, Paulo Cesar. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Este trabalho é dedicado aos meus pais, Agnes e Alino, por todo o estímulo na busca do saber além do carinho e da confiança.

Agradecimentos

À Silvia, minha amorosa e fiel companheira, pelo apoio diário.

Ao Professor Paulo Cesar Motta pela sabedoria inspiradora e parceria na realização do trabalho.

Aos meus irmãos, Monique e Pascal.
Aos meus familiares e amigos.

À PUC-Rio e à ESSEC (França) pela experiência acadêmica e cultural.

Aos professores que participaram da Comissão Examinadora e aos professores do Mestrado em Administração da PUC-Rio.

A todos meus colegas da PUC-Rio.

À Maria Teresa Campos e Leopoldo Pereira, do Departamento de Administração da PUC-Rio.

A todos os funcionários (muitas vezes anônimos) da PUC-Rio que fazem com que tudo esteja pronto na sala de aula no horário do curso.

Ao Jean Christophe Remark, Diretor Adjunto de Estratégias do Grupo HSBC França, pelas numerosas conversas e análises que muito contribuíram para este trabalho.

A todos os especialistas participantes do painel, pela aplicação das rodadas de questionário e assim os elementos necessários para desenvolver este trabalho.

Resumo

Lorenzon, Emmanuel; Motta, Paulo Cesar. **Tendências do posicionamento dos bancos na indústria de seguros na França**. Rio de Janeiro, 2005. 131p.
Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Desde que os bancos investiram na venda de seguros na França no meio da década de 80, eles conquistaram cada vez mais espaços passando a ser líderes inclusive na principal família de produtos ligados à previdência. Os bancos souberam na ocasião identificar novas oportunidades, inclusive sendo locomotivas propulsoras da evolução da indústria. A partir de teste empírico à luz do método de previsão Delfos, procura-se abordar as principais questões estratégicas para melhor definir qual deve ser o posicionamento dos bancos nessa indústria nos próximos anos. Os resultados da pesquisa mostram que os bancos devem continuar se concentrando no segmento pessoa física nos produtos ligados à previdência, aproveitando as oportunidades relacionadas à reforma da previdência e a todas as mudanças sociais que estão ocorrendo. Os bancos também podem encontrar oportunidades na distribuição de produtos com processo de vendas simplificado e integrados na oferta bancária, aproveitando a vasta rede de pontos de vendas, a natureza da relação com o cliente e a clientela ainda não equipada de seguros. No segmento empresas, o foco deve ser voltado para a previdência corporativa. Finalmente, a capacidade de mobilização da força de vendas e do uso de ferramentas de informação como o CRM, assim como a eficiente gestão dos processos são os fatores chave para os bancos continuarem evoluindo.

Palavras chave da dissertação em português

Posicionamento dos bancos, indústria de seguros, tendências, marketing estratégico.

Abstract

Lorenzon, Emmanuel; Motta, Paulo Cesar. **Trends of bank positioning in the insurance industry in France**. Rio de Janeiro, 2005. 131p. MSc. Dissertation - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Since banks invested in the selling of insurance in the mid-80's in France, they have conquered more space becoming leaders in the market, including the main family of products linked to life saving plans. The banks were able, at that time, to identify the new opportunities, to the extent of becoming the leading force in the industry's evolution. From empirical testing based on the Dephi forecasting method, an attempt is made to address the main strategic issues in order to better define what will be the positioning of banks in this industry in the next years. Research results demonstrate that banks are likely to continue concentrating in the personal segment in products related to life saving plans and retirement products, taking advantage of the opportunities related to welfare state reform and to all the social change that is taking place. Banks may also find opportunities in the distribution of products that are simplified, packaged and integrated with the banking offer, taking advantage of an extensive outlet network, the nature of the relationship with clients and a clientele that is not insofar holding products. In the corporate segment, the focus must be on corporate pension plans. Lastly, the mobilization capacity of the sales team and the usage of management information system such as CRM, as well as efficient process management are the key factors in the continuing evolution of banks.

Keywords

Bank positioning, insurance industry, trends, strategic marketing.

Sumário

1	Introdução	13
1.1	Contextualização do problema e questão-problema	13
1.2	Objetivos	16
1.3	Relevância do estudo	17
1.4	Delimitação do estudo	18
1.5	Estrutura da dissertação	19
2	Referencial da indústria de seguros na França	20
2.1	Seguros: fundamentos e classificação	20
2.2	Surgimento do seguro ao longo da história da humanidade	22
2.3	A importância da indústria de seguros na França	24
2.4	Principais características e evolução recente da indústria de seguros na França	27
2.5	Os novos atores: <i>bancassurance</i>	32
2.5.1	O conceito <i>bancassurance</i>	32
2.5.2	<i>Bancassurance</i> na Europa e no mundo	32
2.5.3	A importância dos <i>bancassureurs</i> na França	34
2.6	As novas problemáticas e a reação das seguradoras tradicionais	39
3	Revisão da literatura	43
3.1	Gerando estratégias de inovação de valor	43
3.2	Ferramentas para criar uma estratégia de inovação de valor	47
3.3	Posicionamento estratégico inovador dos bancos	49
4	Método	55
4.1	Escolha do método	55
4.2	Origem e uso do método Delfos	56
4.3	Características do método Delfos	57

4.4	Etapas do método	59
4.4.1	1ª Etapa – Entrevistas para a delimitação do estudo	60
4.4.2	2ª Etapa – Desenvolvimento do primeiro questionário	61
4.4.3	3ª Etapa – Verificação do questionário com alguns especialistas	61
4.4.4	4ª Etapa – Seleção do painel de especialistas	62
4.4.5	5ª e 6ª Etapas – Teste do primeiro questionário / Análise das respostas do primeiro questionário	63
4.4.6	7ª Etapa – Desenvolvimento e teste segundo questionário	64
4.4.7	8ª Etapa – Análise das respostas do segundo questionário	65
4.4.8	9ª Etapa – Interpretação com representantes da indústria	65
4.4.9	10ª Etapa – Fechamento dos resultados e conclusão	65
5.	Resultados	66
5.1	Resultados da primeira rodada	66
5.1.1	Pergunta 1	66
5.1.2	Pergunta 2	70
5.1.3	Pergunta 3	73
5.1.4	Pergunta 4	74
5.1.5	Pergunta 5	76
5.1.6	Pergunta 6	77
5.1.7	Pergunta 7	78
5.1.8	Pergunta 8	79
5.1.9	Pergunta 9	80
5.1.10	Pergunta 10	81
5.2	Elaboração da segunda rodada	81
5.3	Resultados da segunda rodada	83
5.3.1	Pergunta 1	83
5.3.2	Pergunta 2	87
5.3.3	Pergunta 3	90
5.3.4	Pergunta 4	91
5.3.5	Pergunta 5	92

5.3.6 Pergunta 6	92
5.3.7 Pergunta 7	93
5.3.8 Pergunta 8	93
5.3.9 Pergunta 9	94
5.3.10 Pergunta 10	95
5.4 Interpretação dos resultados com representantes da indústria	96
5.5 Limitações dos resultados	107
6. Discussão e Conclusões	109
6.1 Tendência do posicionamento dos bancos na indústria de seguros na França	109
6.2 Considerações finais	113
Bibliografia consultada	115
Anexos	118
Anexo 1 - Questionário da primeira rodada	118
Anexo 2 - Questionário da segunda rodada	122

Lista de tabelas

Tabela 2.1 – Os 10 maiores mercados mundiais em seguros em bilhões de dólares no ano 2000	24
Tabela 2.2 – Repartição em volume e percentual dos tipos de seguros na França em 2003	25
Tabela 2.3 – Participação de mercado por canal de distribuição - seguros de pessoas (2000)	33
Tabela 2.4 – Participação de mercado <i>bancassurance</i> em vários países da Europa (2000)	34
Tabela 2.5 – Composição societária dos bancos em suas companhias de seguros	35
Tabela 3.1 – Visão convencional x visão <i>value innovation</i>	46
Tabela 3.2 – Lógica <i>value innovation</i> x lógica convencional	47

Lista de figuras

Figura 2.1 – Evolução do volume de prêmios em <i>assurance-vie</i> em bilhões de euros	35
Figura 2.2 – Evolução em <i>assurance-vie</i> da participação de mercado dos <i>bancassureurs</i> comparado ao conjunto do mercado segurador em bilhões de euros	36
Figura 3.1 – Corredor de preço	48
Figura 3.2 – Novos mercados para os bancos na França	50
Figura 4.1 – Etapas da Pesquisa	59