



Grupo Focal

Expectativas & Perspectivas

Resultados

Agosto/2018

Com o objetivo de acompanhar as mudanças de um segmento que vive a ebulição de grandes inovações, o Clube de Seguros e Benefícios do Paraná – CVG-PR tornou-se o Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil – ISB Brasil.

Mais que uma alteração de nome, trata-se de um passo significativo do avanço no conceito de atuação da entidade, onde a inovação, a pesquisa e o conhecimento serão os eixos de trabalho que o Instituto apresentará para o mercado de seguros.

O Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil é uma associação, sem fins lucrativos, que tem como objetivo promover o fomento e a pesquisa, visando o desenvolvimento do mercado de seguros e benefícios.

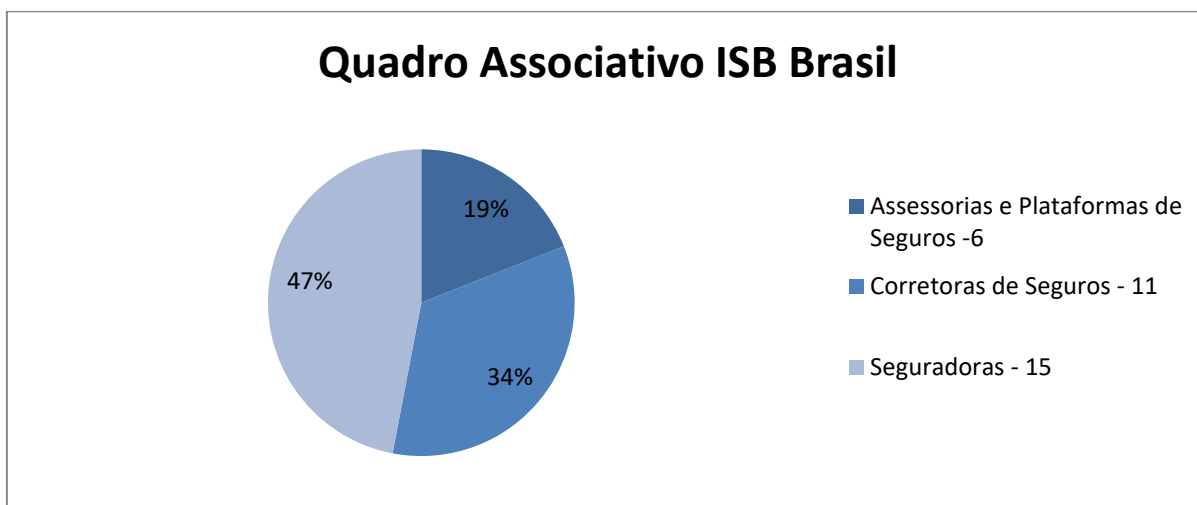
A primeira ação estratégica do ISB Brasil foi a de promover a pesquisa junto aos seus associados, com vistas ao entendimento de suas expectativas neste novo modelo de gestão e ao engajamento em um planejamento alicerçado na inovação e conhecimento.

A opção de adotar o grupo focal como instrumento de pesquisa foi a metodologia escolhida para propiciar aos associados do Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil, um ambiente de discussão coletiva sistematizada.

Os 32 associados¹ foram distribuídos em 3 grupos, com o limite de 10 participantes por grupo focal, sendo convidado um representante de cada empresa associada para participar.

¹ No mês da realização da pesquisa o ISB Brasil tinha 32 associados, sendo todos Pessoa Jurídica, entre seguradoras, operadoras, corretoras de seguros, assessorias e plataformas.

Gráfico 1 – Distribuição da composição do quadro associativo do ISB Brasil em 05/2018

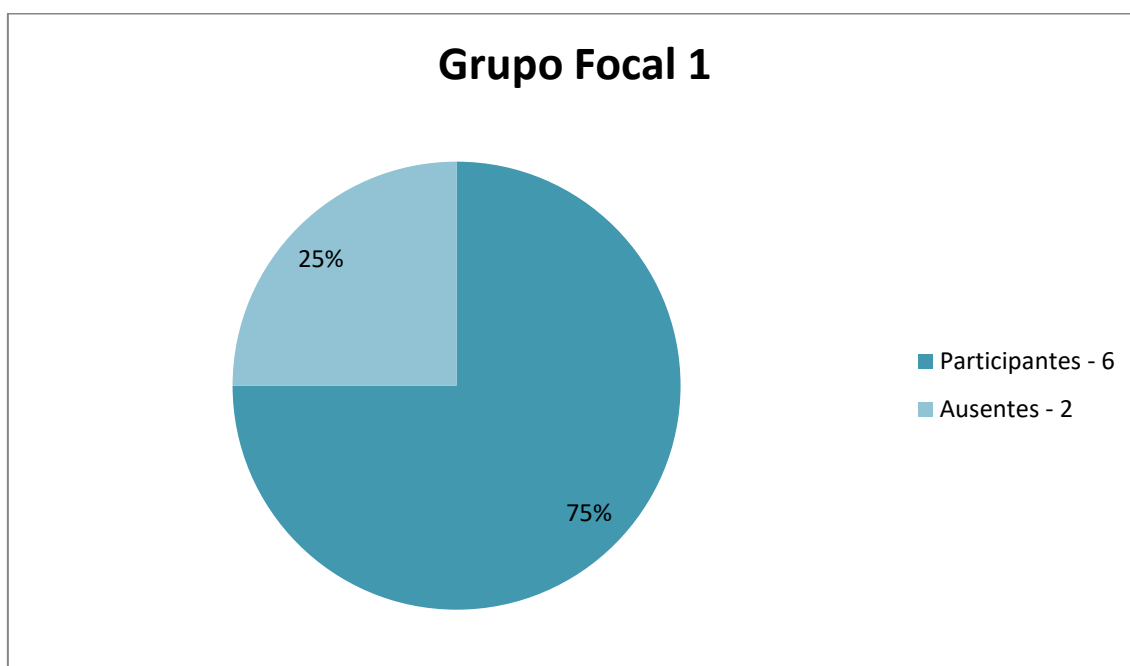


Fonte: ISB Brasil

Os grupos focais aconteceram nos dias 04, 09 e 11/05/2018, sempre no mesmo local, no mesmo horário, com a duração de uma hora aproximadamente e com a mesma abordagem. Os participantes foram acomodados numa sala específica de um hotel, sem interferência de ruídos e durante a realização da pesquisa, foi servido o almoço.

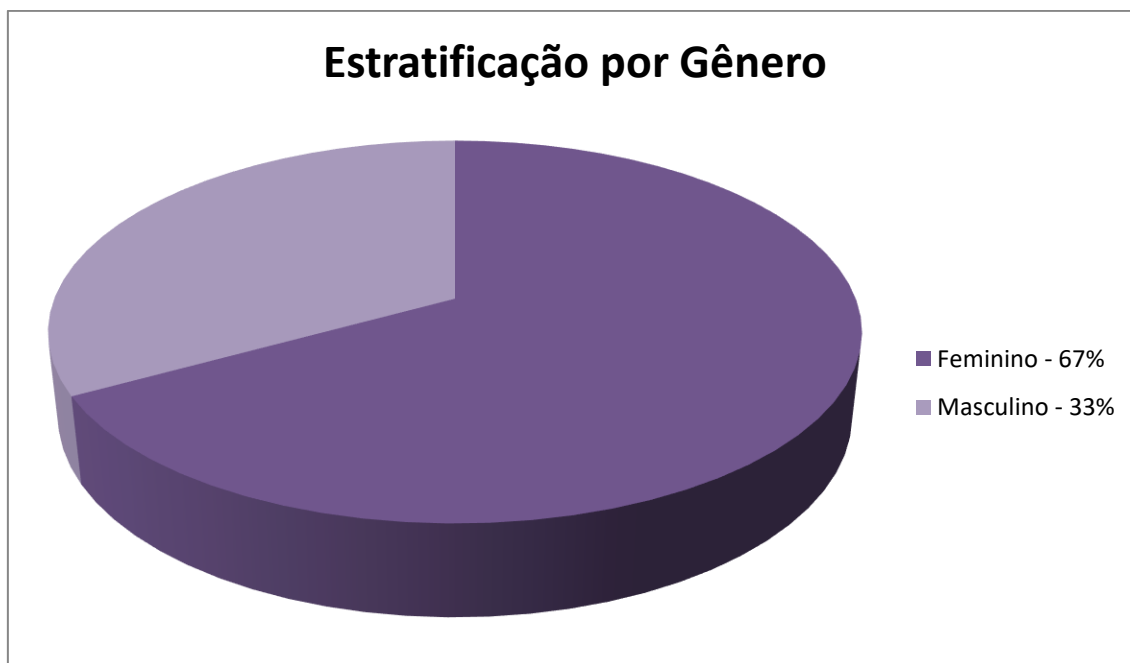
Para cada grupo focal, atuaram dois mediadores, onde um realizava as perguntas e o outro auxiliava com o registro das respostas. Os mediadores não poderiam responder as perguntas e nem emitir quaisquer opiniões ou fazer comentários durante a ação. Antes do início, o mediador solicitava a autorização para gravar a conversa, tendo como único objetivo ser um material recorrente no momento da análise dos resultados. Todos os grupos autorizaram a gravação.

Gráfico 2 – Caracterização do Grupo Focal 1 – Corretoras de Seguros



Fonte: ISB Brasil

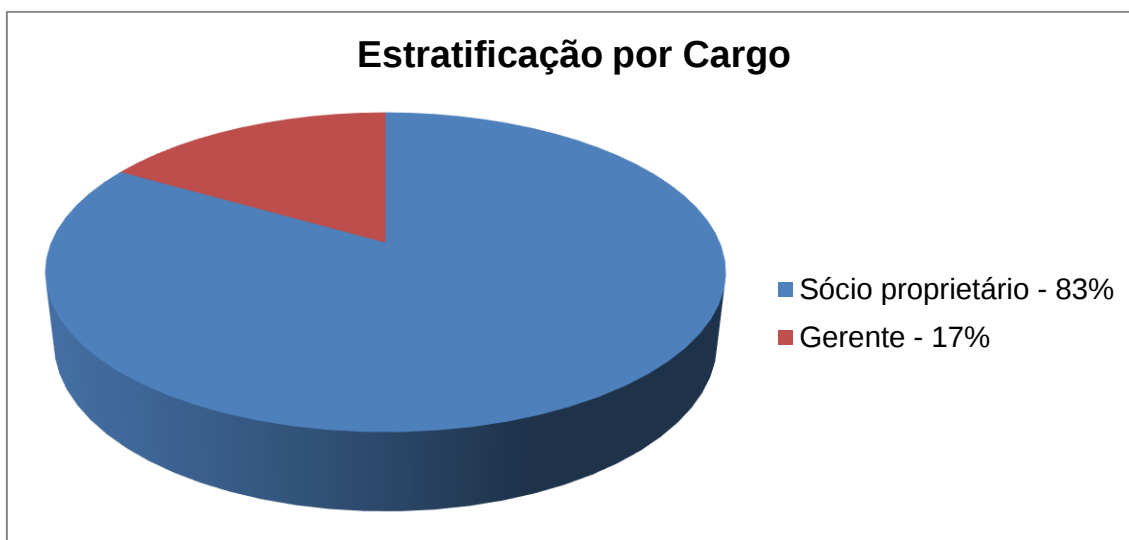
Gráfico 3 – Estratificação por gênero do Grupo Focal 1 – Corretoras de Seguros



Fonte: ISB Brasil

O gráfico 3 aponta a predominância de 67% de participantes do gênero feminino evidenciando o crescimento da presença e engajamento num mercado que apresentava-se há 10 anos atrás predominantemente masculino.

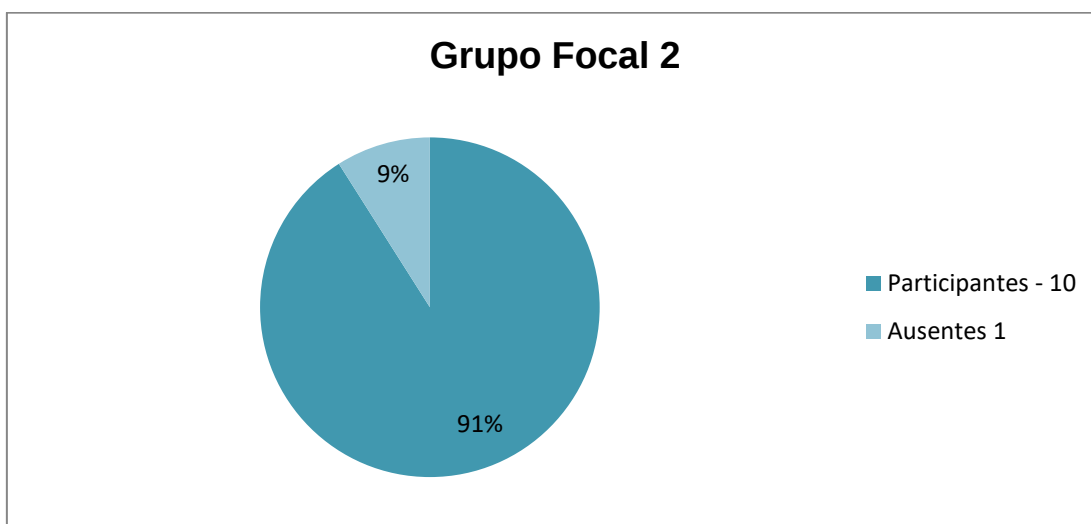
Gráfico 4 – Estratificação por cargo ocupado do Grupo Focal 1 – Corretoras de Seguros



Fonte: ISB Brasil

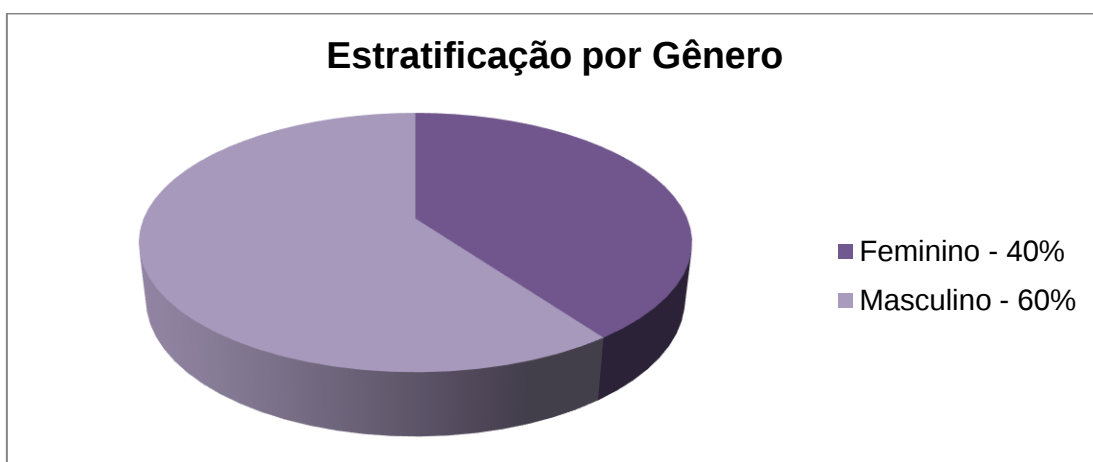
A participação de 83% de sócios proprietários no Grupo Focal das Corretoras de Seguros garante o nível elevado de discussão considerando seu *expertise* e o fato de serem respeitados *players* do mercado segurador paranaense. Evidencia a preocupação deste segmento de associados com os objetivos do ISB Brasil e o interesse em acompanhar a transformação e evolução da entidade.

Gráfico 5 – Caracterização do Grupo Focal 2 – Seguradoras



Fonte: ISB Brasil

Gráfico 6 – Estratificação por gênero do Grupo Focal 2 – Seguradoras



Fonte: ISB Brasil

Mesmo com a predominância do gênero masculino em 60% dos participantes, considera-se significativo 40% de presença do gênero feminino, permitindo-se a leitura da evolução das políticas de contratação de recursos humanos das seguradoras.

Gráfico 7 – Estratificação por cargos do Grupo Focal 2 – Seguradoras



Fonte: ISB Brasil

Considerando a complexidade de agendas de cargos diretivos que respondem em âmbito nacional e de cargos gerenciais com amplitude regional, é possível afirmar que a presença de 90% destes segmentos subsidia uma análise de resultados mais profunda, considerando a base empírica deste arcabouço.

Gráfico 8 – Estratificação por abrangência do Grupo Focal 2 – Seguradoras

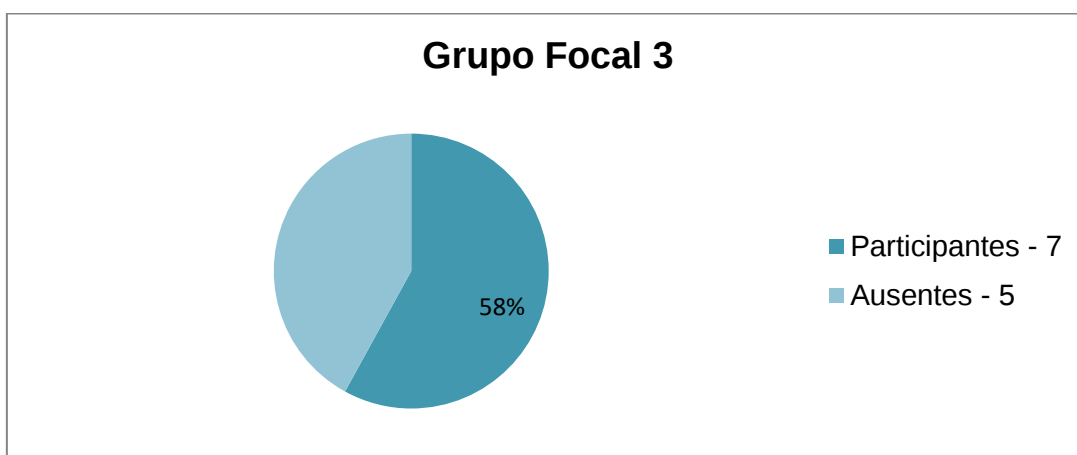


Fonte: ISB Brasil

Embora a participação de seguradoras especialistas em benefícios seja de 30% neste grupo focal, na totalidade da pesquisa a participação foi de 50% se comparado ao número de seguradoras especialistas associadas. O percentual de participação das seguradoras generalistas foi de 70% neste grupo focal, transforma-se em 88% se comparado ao número de seguradoras generalistas associadas.

Mesmo com percentuais passíveis de análises controversas, novamente a base empírica dos profissionais representantes das seguradoras garantiu alto nível de discussão e contribuição, a partir da diferença de abrangências e das peculiaridades de abordagem no segmento de benefícios, a análise dos resultados evidencia que mesmo com tais diferenças, as seguradoras partilham dos mesmos desafios quando o assunto é a cultura do seguro de benefícios.

Gráfico 9 - Caracterização do Grupo Focal 3 – Híbrido



Fonte: ISB Brasil

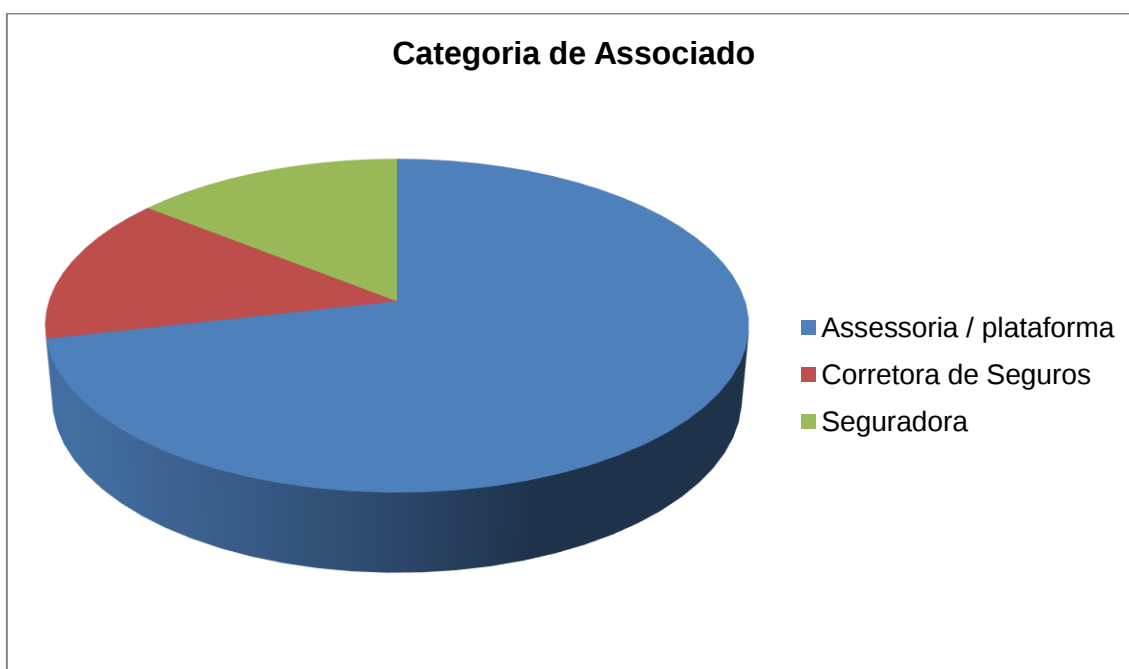
Gráfico 10 – Estratificação por gênero do Grupo Focal 3 – Híbrido



Fonte: ISB Brasil

Quando é analisado o grupo híbrido, o gênero masculino apresenta o percentual de 71% de participação. Numa amostragem como esta, o gênero feminino aparece com quase 1/3 do grupo. Diferente da composição do grupo das seguradoras e das corretoras de seguros, quando analisado o grupo híbrido evidencia-se a predominância do gênero masculino. No grupo híbrido é possível constatar também que das 4 assessorias participantes, foram os sócios proprietários, sendo todos do gênero masculino.

Gráfico 11 – Estratificação por categoria de associado



Fonte: ISB Brasil

No grupo híbrido, a composição correspondeu a 14% de corretora de seguros, 14% de seguradoras e 72% de assessorias e plataformas.

Os três grupos focais tiveram como eixo de pesquisa a realização de 3 perguntas:

Pergunta 1: O que te motiva participar do Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil?

Pergunta 2: Como o Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil pode ajudar sua performance profissional? O seu negócio?

Pergunta 3: Qual é a sua opinião sobre as linhas de trabalho do Instituto Superior de Seguros Brasil, ao abrangerem a pesquisa e a mediação?

Análise do Grupo Focal das Corretoras de Seguros

Tabela 1 – Respostas da pergunta 1 do Grupo Focal das Corretoras de Seguros

Pergunta 1: O que te motiva participar do Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil?

Melhoria do mercado segurador, união de forças.
Necessidade de mudança.
Defesa de interesses comuns.
Soluções que aproximem o corretor, a seguradora e o consumidor melhorando a abordagem.
O desafio de implementar a comercialização de benefícios.
Entender melhor o mercado, o consumidor e suas necessidades.
Mudança cultural dos corretores.
Conhecer mais do mundo de benefícios, aprender e mudar os hábitos dos segurados.
Sentir-se incluído. Equidade de tratamento.
Proximidade das mudanças.
Sucessão familiar.
Acesso a informações boas e fidedignas do mercado segurador.

Fonte: ISB Brasil

Os participantes do Grupo Focal das Corretoras de Seguros reportaram como um dos principais motivos para participar do Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil, a melhoria do mercado segurador, na perspectiva de defesa de interesses comuns e equidade de tratamento, independentemente do tamanho de sua corretora ou carteira de segurados.

Informaram também que participar do Instituto representa concordar com a proximidade e necessidade de mudanças, principalmente a mudança cultural dos corretores frente ao desafio de implementar a comercialização no segmento de benefícios.

Entendem que o Instituto pode ser uma das estratégias de acesso a informações boas e fidedignas do mercado segurador, viabilizando maior entendimento do mercado, do consumidor e de seus hábitos e necessidades.

Tabela 2 – Respostas da pergunta 2 do Grupo Focal das Corretoras de Seguros

Pergunta 2: Como o Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil pode ajudar sua performance profissional? O seu negócio?

Moralização com estabelecimento de critérios de taxação, pois taxa mal estabelecida prejudica a credibilidade do mercado e leva ao mesmo tipo de ação predatória dos ramos elementares.

Entendimento da concorrência.

Mediação antes do surgimento de problemas.

Auxílio jurídico.

Criar *ranking* de serviços e taxas de seguradoras.

Mapeamento dos consumidores, com estratificações geográfica e de modalidade de atendimento.

Pesquisas para conhecer quais produtos e serviços o consumidor demanda.

Mediação com vistas às boas práticas. Criação de um grupo tarefa.

Controle de qualidade dos produtos.

Capacitação para formação de profissionais com ética para a área de benefícios.

Fonte: ISB Brasil

A moralização do mercado, evitando a ação predatória já existente no segmento dos ramos elementares, foi unanimidade entre os participantes do Grupo Focal das Corretoras de Seguros, quando questionados sobre a forma de posicionamento do Instituto na melhoria da sua performance profissional e/ou seu negócio. Sugerem que seja criado um ranking de serviços e taxas de seguradoras.

Os participantes respondem que o Instituto pode ajudar atuando no controle de qualidade dos produtos das seguradoras e na formação de profissionais com ética para a área de benefícios. Apontam também a necessidade de pesquisas para mapear os hábitos dos consumidores, com estratificações geográfica, de gênero, poder aquisitivo e de faixa etária; viabilizando conhecer quais produtos, serviços e modalidade de atendimento este consumidor demanda.

A mediação foi outro ponto de enfoque pelos participantes. Reportam que deva ser instituída a mediação antes e depois do surgimento de problemas, incentivando às boas práticas no mercado segurador. Sugerem a criação de um grupo tarefa com esta finalidade.

Tabela 3 – Respostas da pergunta 3 do Grupo Focal das Corretoras de Seguros

Pergunta 3: Qual é a sua opinião sobre as linhas de trabalho do Instituto Superior de Seguros Brasil, ao abrangerem a pesquisa e a mediação?

Pesquisa deve ter frequência e duração adequadas e pesquisador preparado.

Criação de ouvidoria.

A pesquisa é ótima desde que com a abordagem adequada.

Pesquisa sobre o ranking de atendimento de seguradoras.

Pesquisa é interessante se houver o acesso aos resultados gerados.

A mediação na perspectiva de unir os pontos, promovendo crescimento e melhorias no mercado não é praticada hoje em dia. Existe uma lacuna a ser preenchida.

A mediação propicia, a exemplo da estratégia do grupo focal, o alinhamento entre seguradora e corretor melhorando a performance comercial nas negociações.

Mediação deve ser ponte e não confronto.

Fonte: ISB Brasil

Quanto a opinião do grupo de corretoras de seguros sobre a abrangência da pesquisa e mediação como linhas de trabalho do Instituto, na linha da pesquisa os participantes do grupo das corretoras de seguros respondem que a pesquisa é ótima desde que com a abordagem adequada e com acesso aos resultados gerados. Reforçam a necessidade de pesquisa sobre o ranking de atendimento das seguradoras e sugerem a criação de uma Ouvidoria, na modalidade de elo entre pesquisa e mediação.

Na linha da mediação, o grupo consolida o conceito de que mediação deve ser ponte e não confronto. Apontam que a mediação na perspectiva de melhorias no mercado não é praticada, que é uma lacuna a ser preenchida. É citada a estratégia deste grupo focal, como exemplo de mediação que propicia o alinhamento entre seguradora e corretoras e a melhoria na performance comercial nas negociações.

Análise do Grupo Focal das Seguradoras

Tabela 4 – Respostas da pergunta 1 do Grupo Focal das Seguradoras

Pergunta 1: O que te motiva participar do Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil?

Inserir seguradoras generalistas no segmento de vida. Estar mais por dentro do que acontece no mercado e saber o que é este mercado; coesão entre segurador/corretor – entende que estarem unidos vai fortalecer o mercado; convivência pacífica entre o grupo (corretor/segurador); troca de experiência que vai tornar o mercado mais produtivo e rico.

Conhecer o pensamento do consumidor e de seu padrão de consumo.

Ser protagonista deste período de mudança com o Instituto sendo o divisor de águas onde há maior visibilidade para o segmento de pessoas.

Tradição, visibilidade e referência. Um salto gigantesco rumo à produção intelectual e de pesquisa.

Enriquecer conteúdo, não só social.

Chancela do mercado segurador. Subsídios para as seguradoras tomarem atitudes e ter ações com base em dados concretos; grande fonte de informações.

Profissionalizar-se; fazer com que o mercado venha para o setor vida.

Estudo do segmento de vida no Brasil, ter acesso a informações; saber como está o mercado; estruturar melhor os produtos através da informação difundida pelo Instituto; poucas instituições se interessam com este tipo de trabalho e informação, motivo que manter-se associado vale a pena.

Única entidade que pode fomentar e aproximar-se mais do consumidor; vai preencher o vácuo que hoje existe. Não há consciência do mercado consumidor, saber como trabalhar este ponto.

Oportunidade de desmistificar os produtos vida e previdência, trazer os produtos mais perto do corretor e consumidor; simplificar o “segurês”, trazer o seguro para uma linguagem mais fácil; tratar as objeções; aumentar a cultura do seguro junto ao mercado consumidor.

Utilizar a inteligência do ISB para fazer negócios.

Atuar junto dos corretores generalistas que ainda têm dificuldade em vender benefícios.

Fonte: ISB Brasil

Os participantes do Grupo Focal das Seguradoras enfocam que a mudança do CVG-PR para Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil é um salto gigantesco rumo à produção intelectual e de pesquisa, e que promoverá o enriquecimento de conteúdo, extrapolando a mera convivência social. Tais fatores poderão tornar o Instituto como a entidade que representará a chancela de qualidade e boas práticas do mercado segurador.

O grupo aponta grande motivação em utilizar a inteligência estratégica do Instituto para fazer negócios, impulsionar o fortalecimento do canal de

distribuição de corretora de seguros através de sua profissionalização, e romper com o paradigma da dicotomia de interesses entre seguradoras e corretoras de seguros através de um trabalho coeso. E que, participar como associado do Instituto é ser protagonista desta mudança histórica, que promoverá maior visibilidade ao segmento de benefícios, pois os artífices do processo – corretora de seguros e seguradora - estarão com o mesmo foco de crescimento sustentável e ético.

O grupo das seguradoras relata também que percebe uma oportunidade em desmistificar os produtos de vida e previdência, aproximando-os do corretor e do consumidor. Entende necessário para a expansão da cultura do seguro junto ao mercado consumidor que seja simplificado o “segurês” e sejam tratadas de forma transparente as objeções.

Outro ponto de interesse do grupo é ter acesso às informações de pesquisa, que permitam conhecer o pensamento do consumidor e de seu padrão de consumo. Segundo o grupo, ter acesso a informações que possam mapear o mercado será uma forma eficaz de estruturar melhor os produtos e serviços. Poucas instituições se interessam por este tipo de trabalho e informação, motivo que valida a associação ao Instituto.

O grupo menciona que o Instituto aparece neste cenário como a única entidade que pode fomentar e aproximar-se mais do consumidor; preenchendo o vácuo que hoje existe.

Tabela 5 – Respostas da pergunta 2 do Grupo Focal das Seguradoras

Pergunta 2: Como o Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil pode ajudar sua performance profissional? O seu negócio?

Com conhecimento e informação.

Fazer o corretor perceber o tamanho da oportunidade em aumentar sua receita.

Fazer *benchmarking*. Conhecer melhor a concorrência agregando valor ao negócio.

Ir além do que se faz hoje, estimular a produção de material para divulgação; saindo do discurso e partindo para a prática.

Pesquisas do comportamento do consumidor, inclusive com financiamento pelas seguradoras.

Mudança do modelo mental; entender o propósito de vender vida; conhecer bem o que se vende; sair da zona de conforto.

Estudar o motivo de o generalista sentir dificuldade em vender vida, uma vez que é uma venda para proteção das pessoas.

Superar a dificuldade da seguradora em fazer a formação dos profissionais para a venda do produto vida.

Ajustar a nomenclatura de produtos (ex. PME).

Unir pesquisa à venda, fazendo com que o corretor de seguros se encante com a venda; mostrando ao corretor que vender vida é o caminho, que é uma ótima profissão, que o corretor se projete como um empresário de seguro de vida.

Estimular o “*cross sell*”.

Fonte: ISB Brasil

O grupo entende que o Instituto pode colaborar com a melhoria da performance das empresas com a disseminação de conhecimento e informação. Pois atrelar a pesquisa à venda, tende a ser uma estratégia de encantamento do corretor para o segmento de benefícios, extrapolando a visão de vendedor de seguros para empresário do setor de benefícios, com uma verdadeira mudança de modelo mental.

Foi sugerido que o Instituto intensifique oportunidades de benchmarking. Ênfase também na realização de pesquisas para conhecer o comportamento do consumidor e para apurar os pontos que inibem os profissionais generalistas a vender benefícios.

Outro anseio do grupo é de que se vá além do que hoje o mercado dispõe, que seja estimulada a produção, divulgação de material com os resultados de pesquisa e planejamento de sua implementação, para que seja possível sair do discurso e partir para a prática.

Tabela 6 – Respostas da pergunta 3 do Grupo Focal das Seguradoras

Pergunta 3: Qual é a sua opinião sobre as linhas de trabalho do Instituto Superior de Seguros Brasil, ao abrangerem a pesquisa e a mediação?

Fator chave.

Produção de material acadêmico, trazer a experiência de profissionais do mercado e divulgar.

Estabelecer parcerias com universidades.

A pesquisa e a mediação podem promover uma verdadeira trilha do conhecimento, superando a inércia de muita iniciativa com pouca “acabativa”.

Instituto como uma ANS. Mediação de contas problemáticas. Para que o corretor não vire refém de uma seguradora ou do mercado marginal.

Sobre a mediação, ir além do que SINCOR-PR faz, ajudar segmentos onde não se tem este tipo de acesso; abrir novo campos; acabar com Associações, que é um começo errado; descobrir novos mercados para venda.

O Instituto deve ser uma “casa de acolhimento”, evitando a mediação como conflito; abertura para questionar sem ser “mal’ visto ou sem ter medo de se posicionar.

Foi utilizado exemplo também: “não consigo vender/não sei vender, preciso de ajuda, vou ao Instituto buscar mediação para aproximação e conhecimento do mercado.”

Fazer o mercado vender diferente de “tirar pedido”; “lixo orbital” e “pato da vez”, acabar com esta prática de mercado; fazer o corretor entender e conhecer os setores da economia, assim vendendo mais; entender quais setores não têm carência de seguro.

Compilação de conteúdo. Ensinar o consumidor sobre o que é um seguro.

Fonte: ISB Brasil

A opinião do grupo é de que a pesquisa é um fator chave para que o Instituto contribua com o mercado de benefícios. Trazer à luz o conteúdo empírico e sistematizado de profissionais do mercado e produzir material acadêmico de qualidade, serão eixos que consolidam a produção de conhecimento com credibilidade. É necessário que a sociedade, enquanto consumidor final do seguro, conheça e entenda a importância do segmento de benefícios. O grupo sugere parcerias com universidades.

Quanto à mediação, o grupo vê o Instituto como uma “Casa de Acolhimento”, onde o profissional pode expor seus anseios e dúvidas, sem receio de ser taxado negativamente no mercado. Não se trata de uma mediação como conflito e sim como espaço organizado estrategicamente para ser canal de incentivo às boas práticas.

Foi sugerido pelo grupo, que o Instituto tenha na mediação, um papel de unir os pontos, ampliando, inclusive, o universo de possibilidades de produção através dos diversos setores da economia.

O grupo pontua que a pesquisa e a mediação podem promover uma verdadeira trilha do conhecimento, superando a inércia “de muita iniciativa com pouca acabativa”.

Análise do Grupo Focal Híbrido (assessorias, corretoras de seguros e seguradoras)

Tabela 7 – Respostas da pergunta 1 do Grupo Focal Híbrido

Pergunta 1: O que te motiva participar do Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil?

Melhorar a relação entre corretores e seguradoras.
Melhorar a percepção das assessorias, preparando para a atuação no segmento de benefícios.
Aproximação e informação sobre benefícios.
Interesse nas palestras.
Indicação de palestras que ocorrem no mercado.
Esperança na nova diretoria e estrutura.
Benchmarking, possibilitando análise da concorrência.
Aquisição de conhecimento e inovação.
Promover parcerias entre os *players* do setor de benefícios.
Prestação de consultoria aos corretores.
Promoção de vinculação ao mercado (atenados).
Suporte para os quatro elos: corretor, assessoria, seguradora e consumidor.

Fonte: ISB Brasil

O Grupo Focal Híbrido reporta como principal motivação para participar do Instituto a aproximação e informação sobre o segmento de benefícios através de conhecimento e inovação. Entendem que o Instituto poderá promover maior vinculação no mercado segurador de benefícios, melhorando a relação entre corretoras e seguradoras e a percepção do trabalho das assessorias.

Considerando a característica híbrida na composição deste grupo focal, menciona-se como fatores que também motivam a participação no Instituto, a promoção de parcerias entre os players do setor de benefícios através de uma rede de suporte para os quatro elos: corretor, assessoria, seguradora e consumidor.

Tabela 8 – Respostas da pergunta 2 do Grupo Focal Híbrido

Pergunta 2: Como o Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil pode ajudar sua performance profissional? O seu negócio?

Auxiliar o corretor a “sair” do mercado de RE.
Cafés, treinamentos e bate-papos. Fóruns de discussão, a exemplo do almoço.
Promover oficina de vendas (preparar os corretores para vender os produtos de benefícios).
Criar um canal de informação/divulgação sobre novidades, lançamento de produtos, quem faz e como faz.
Aliar as ideias com seguradoras para abertura de canais de vendas, mudando a distribuição dos bancos para os corretores.
Ser acessível.
Incentivar e disseminar a cultura do seguro, principalmente benefícios para corretores e consumidores.
Projeto Pool de corretores.
Mostrar relação de custo e benefício dos produtos.
Ensinar corretor a levar informação ao consumidor, ensinar corretor a pensar.
Ser referência para o mercado através dos seus especialistas como facilitador de operação.

Fonte: ISB Brasil

Os participantes do Grupo Focal Híbrido têm como expectativa de auxílio em sua *performance* profissional a realização de treinamentos, fóruns, oficina de vendas; e a criação de um canal de informação e divulgação das novidades do segmento de benefícios. Reforçam a necessidade de ensinar o corretor a levar a informação ao consumidor.

Acreditam que o Instituto possa ser referência para o mercado como facilitador de operação através do seu grupo de especialistas. E desta forma, incentivar e disseminar a cultura do seguro, principalmente a área de benefícios.

Tabela 9 – Respostas da pergunta 3 do Grupo Focal Híbrido

Pergunta 3: Qual é a sua opinião sobre as linhas de trabalho do Instituto Superior de Seguros Brasil, ao abrangerem a pesquisa e a mediação?

Importante colocar a informação mais próxima para os corretores.
Aproximar assessorias dos corretores.
Pesquisa que mostre a atuação do ISB Brasil.
Posicionamento do ISB Brasil como elo entre os canais e produtos.
Pesquisa que permita conhecer o mercado paranaense (quem produz, quem vende mais, como e por quê).
Pesquisa como fomento da cultura do seguro.
Interesse em pesquisas com o consumidor final.
Maior interação com os associados, conhecendo pessoalmente.
Apoio à mediação, com manutenção de canais abertos com as seguradoras
Divulgação dos valores de comissão pagas no segmento de benefícios, para motivar corretores.

Fonte: ISB Brasil

O Grupo Focal Híbrido confirma a importância de a informação estar próxima dos corretores. Sugere a realização de pesquisas que permitam conhecer o mercado paranaense, sua produção estratificada em região, ramos específicos prêmio emitido; e modelos de negócios que expliquem os resultados obtidos. Ainda sobre pesquisa, o grupo demonstra interesse em pesquisa com o consumidor final.

A mediação é apoiada como linha de trabalho, na perspectiva de promover maior interação entre associados, aproximar assessorias dos corretores e manter um canal aberto com as seguradoras.

Conclusão

Foram pontos comuns apresentados como fatores que motivam os participantes dos grupos a participarem do Instituto a melhoria do mercado segurador; o desafio de implementar a comercialização de benefícios e o entendimento do segmento de benefícios, do consumidor e suas necessidades. Comum aos três grupos como fatores que validam a associação ao Instituto, também se identificou a compreensão de que o Instituto irá permear o acesso a informações qualitativas oriundas de pesquisas e produção intelectual, incentivando usufruir desta inteligência estratégica consolidada em ações práticas em suas empresas. A moralização do mercado segurador no segmento de benefícios é unanimidade, quando os participantes dos grupos são questionados sobre as formas que o Instituto pode ajudar a melhorar sua performance profissional pessoal e de sua empresa. Os participantes entendem que o Instituto deva estimular a produção de pesquisa, dando acesso aos seus resultados e sua análise qualitativa, permitindo assim que cada profissional possa estabelecer a aplicabilidade em seu negócio, desta forma superando o paradigma de muita “iniciativa com pouca acabativa”. Novamente foi ponto convergente a necessidade de pesquisas para mapear os hábitos dos consumidores.

A opinião dos participantes dos grupos focais quanto às linhas de trabalho do Instituto na abrangência da pesquisa é de suma importância, desde que os assuntos tenham aderência ao segmento de benefícios e com acesso aos resultados obtidos. Os participantes mencionam que, embora o setor de seguros e principalmente no segmento de benefícios seja riquíssimo em conteúdo empírico para pesquisas e produção de conteúdo científico, ainda não apresenta posicionamento significativo neste campo acadêmico. Conhecer profundamente esta área de atuação pode representar o ponto de virada para a disseminação da cultura de benefícios.

Outra consideração necessária, é de que em todos os grupos, apareceu a expressão consumidor, no lugar de segurado. Fato que evidencia a tendência social posta num movimento contemporâneo de inovação.

Na linha de trabalho na abrangência da mediação, é ponto comum a unidade conceitual de mediação como ponte e não como confronto. Os participantes dos grupos citam esta estratégia do grupo focal como exemplo de uma operação organizada que viabilizou o pensamento e a produção coletiva, numa visão holística.

Com esta pesquisa identificou-se a necessidade de ampliação do entendimento das linhas de trabalho da pesquisa e mediação, para que não se tornem assuntos controversos e derivem para uma percepção equivocada de âmbito de abrangência ou responsabilidade. O alinhamento do desenvolvimento profissional que o Instituto se propõe fundamenta-se no estímulo da percepção do mercado segurador de benefícios através do acesso e compartilhamento de informação e conhecimento.

A análise dos resultados dos grupos focais permitiu conhecer as expectativas dos associados do Instituto Superior de Seguros e Benefícios Brasil, consolidando um plano de ação aliando perspectivas à política de boas práticas no mercado segurador, fundamentado na produção de conhecimento e inovação, com vistas ao crescimento ético e sustentável do mercado de seguros como um todo.

Mediadores: Carlos André Meyer Sabóia Cordeiro

Joceli A. Pereira

Paula Adriana Ribas Eckhardt

Rosangela Spack

Sistematização: Joceli A Pereira

Orientação Metodológica: Dra Nicole Maccali