



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA,**  
**CONTABILIDADE E SECRETARIADO**  
**DEPARTAMENTO DE TEORIA ECONÔMICA**  
**CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**FRANCISCO FLÁVIO GOMES MORAES**

**ANÁLISE DE CONCENTRAÇÃO DO MERCADO BRASILEIRO DE SEGUROS**

**FORTALEZA**

**2019**

FRANCISCO FLÁVIO GOMES MORAES

ANÁLISE DE CONCENTRAÇÃO DO MERCADO BRASILEIRO  
DE SEGUROS

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Econômicas do Departamento de Teoria Econômica da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Aquino de Souza.

FORTALEZA

2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- M82a Moraes, Francisco Flávio Gomes.  
Análise de Concentração do Mercado Brasileiro de Seguros / Francisco Flávio Gomes Moraes. – 2019.  
51 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Ciências Econômicas, Fortaleza, 2019.  
Orientação: Prof. Dr. Sergio Aquino de Souza.

1. Mercado Segurador. 2. Concentração de mercado. 3. Medidas de concentração. I. Título.

CDD 330

---

FRANCISCO FLÁVIO GOMES MORAES

ANÁLISE DE CONCENTRAÇÃO DO MERCADO BRASILEIRO  
DE SEGUROS

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Econômicas do Departamento de Teoria Econômica da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Aprovada em: \_\_/\_\_/\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Sérgio Aquino de Souza (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Dra. Eveline Barbosa Silva Carvalho  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Ricardo Brito Soares  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

A meu pai, Francisco Gadelha.

A minha mãe, Maria das Graças (in  
memorian).

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por ter me dado forças, saúde, vontade e competência para que eu concluísse mais essa etapa em minha vida.

A meu pai, Francisco Gadelha (Sr. Waldemir), por tudo que fez por mim durante toda a minha vida, desde a educação quando criança, passando pelas advertências na adolescência, até aos sábios conselhos quando adulto, sem dúvidas foi determinante e fundamental na formação de quem sou, e de cada conquista de hoje.

A minha mãe, Maria das Graças (in memorian), que cuidou de mim até praticamente seus últimos instantes de vida. Certamente se orgulharia bastante desta conquista.

A minha namorada, Juliana Simplício, por todo seu amor, companheirismo e incentivo dispensados durante minha caminhada.

Aos bons amigos de jornada universitária, Arnaldo Nogueira e Alberth Moraes, pelos momentos marcantes vividos no ambiente acadêmico em sua companhia.

Aos amigos e companheiros de residência universitária, Edivangelo Ferreira, Guilherme Bezerra, Douglas Nogueira e Pietro Maraveli, por sua amizade e apoio nos estudos e nas atividades do dia a dia.

A todos os professores da FEAAC que contribuíram diretamente na minha formação.

“Não existem sonhos impossíveis para aqueles que realmente acreditam que o poder realizador reside no interior de cada ser humano. Sempre que alguém descobre esse poder, algo antes considerado impossível, se torna realidade.”

(Albert Einstein).

## RESUMO

O Mercado de Seguros tem um papel relevante na economia do Brasil, pois além de dar proteção à vida, a propriedade, e reduzir incertezas e impactos decorrentes de grandes perdas, é responsável por fomentar diversos setores por meio de investimentos no Mercado Financeiro, além de sua considerável participação no PIB do país, em 2018 alcançou uma receita bruta de R\$ 112.799.642.000, o equivalente a 1,65% do PIB. Dado sua relevância, este trabalho teve como objetivo analisar o grau de concentração do mesmo. Para tanto se utilizou dos principais indicadores da literatura econômica de análise de concentração de mercado, como Market Share, Razão de Concentração e Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI). Para cálculo desses indicadores foram utilizados dados de prêmios totais anuais emitidos por cada companhia seguradora, disponíveis no Sistema de Estatísticas da Superintendência de Seguros Privados (SUSEP). A análise permitiu a conclusão de que o mercado segurador brasileiro no ano de 2018 era bastante pulverizado, sendo considerado como de baixa concentração até mesmo quando exposto a cenários aberrantes de fusões e/ou aquisições.

**Palavras-chave:** Mercado Segurador. Concentração de mercado. Medidas de concentração.

## **ABSTRACT**

The Insurance Market plays a relevant role in Brazil's economy, in addition to protecting life, property, reducing uncertainties and dangers of major damage, it is responsible for fostering various sectors through investments in the Financial Market, as well as their share of GDP of the country, in 2018, reached gross revenues of R\$ 112,799,642.000, equivalent to 1.65% of GDP. Given its relevance, this paper aimed to analyze or degree of concentration of it. To do so, use the main indicators of the economic literature on market concentration analysis, such as Market Share, Concentration Ratio and Herfindahl-Hirschman Index (HHI). To calculate these indicators, total premium data issued by each security company, available on the Private Insurance Superintendency Statistics System (SUSEP), were used. An analysis led to the conclusion that the Brazilian security market in 2018 was widely dispersed and considered to be of low concentration even when exposed to aberrant scenarios of mergers and / or acquisitions.

**Keywords:** Insurance Market. Market concentration Concentration measures.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Crescimento Anual Real do Mercado Segurador e do PIB Real Brasileiro, 2004-2018.....	26
Gráfico 2 – Principais Segmentos do Mercado de Seguros Brasileiro - 2002 .....	28
Gráfico 3 – Principais Segmentos do Mercado de Seguros Brasileiro - 2018 .....	29
Gráfico 4 – Concentração por Empresa - 2018 .....	45
Gráfico 5 – Concentração por Grupo Econômico - 2018.....	45

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Receitas e Participação do Mercado Segurador no PIB do Brasil, 2003-2018.....	25
Tabela 2 – Crescimento Real Anual do Mercado Segurador e do PIB Real Brasileiro, 2004-2018.....	26
Tabela 3 – Principais Segmentos do Mercado Segurador Brasileiro - 2002.....	27
Tabela 4 – Principais Segmentos do Mercado Segurador Brasileiro - 2018.....	28
Tabela 5 – Número de Empresas de Seguros no Mercado Segurador, 2003-2018.....	30
Tabela 6 – Participação de Mercado das 20 Maiores Empresas de Seguros do Mercado Brasileiro, 2003 e 2018. ....	31
Tabela 7 – 20 Maiores Prêmios Diretos Emitidos Por Seguradora, 2018. ....	42
Tabela 8 – Market Share das Companhias Seguradoras no Brasil em 2018. ....	43
Tabela 9 – Market Share por Grupo Econômico em 2018.....	44
Tabela 10 – Razão de Concentração por Empresa e Grupo Econômico, 2018.....	45
Tabela 11 – 20 Maiores Prêmios Diretos Emitidos Por Seguradora, 2018. ....	46
Tabela 12 – Índices do Ramo Auto Antes e Após a Aquisição Allianz - Sulamérica, 2018.....	47
Tabela 13 – Índices de Ramos Elementares Antes e Após a Aquisição Allianz – Sulamérica, 2018.....	47
Tabela 14 – HHI de Mercado Segurador Brasileiro Antes e Após a Aquisição Allianz - Sulamérica, 2018.....	48
Tabela 15 – Simulações de HHI do Mercado Segurador Brasileiro Por Grupo Econômico Após Fusões, 2018.....	48

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Equilíbrio de Cournot.....	38
---------------------------------------	----

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>2</b>	<b>CONTEXTO HISTÓRICO DO MERCADO SEGURADOR BRASILEIRO</b> .....	<b>16</b>
<b>3</b>	<b>ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO MERCADO DE SEGUROS BRASILEIRO</b> .....	<b>18</b>
<b>3.1</b>	<b>Conselho Nacional de Seguros Privados – CNSP</b> .....	<b>18</b>
<b>3.2</b>	<b>SUSEP – Superintendência de Seguros Privados</b> .....	<b>19</b>
<b>3.3</b>	<b>Sociedades Autorizadas a Operarem em Seguros Privado (Seguradoras)</b> .....	<b>20</b>
<b>3.4</b>	<b>Entidades Abertas de Previdência Complementar – EAPC</b> .....	<b>20</b>
<b>3.5</b>	<b>Empresas de Resseguro (Resseguradores)</b> .....	<b>20</b>
<b>3.5.1</b>	<i>Ressegurador local</i> .....	<b>20</b>
<b>3.5.2</b>	<i>Ressegurador admitido</i> .....	<b>20</b>
<b>3.5.3</b>	<i>Ressegurador eventual</i> .....	<b>21</b>
<b>3.6</b>	<b>Corretores de Seguros</b> .....	<b>21</b>
<b>3.7</b>	<b>Conselho de Saúde Suplementar – CONSU</b> .....	<b>21</b>
<b>3.8</b>	<b>Agência Nacional de Saúde Suplementar – ANS</b> .....	<b>22</b>
<b>4</b>	<b>PANORAMA DO MERCADO DE SEGUROS BRASILEIRO</b> .....	<b>23</b>
<b>5</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>32</b>
<b>5.1</b>	<b>Mercado de Concorrência Perfeita</b> .....	<b>32</b>
<b>5.2</b>	<b>Monopólio</b> .....	<b>33</b>
<b>5.3</b>	<b>Competição Monopolística</b> .....	<b>34</b>
<b>5.4</b>	<b>Oligopólio</b> .....	<b>35</b>
<b>5.4.1</b>	<i>Modelo de Oligopólio de Cournot</i> .....	<b>37</b>
<b>6</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>39</b>
<b>6.1</b>	<b>Market Share</b> .....	<b>39</b>
<b>6.2</b>	<b>Razão de Concentração</b> .....	<b>40</b>
<b>6.3</b>	<b>Índice de Herfindahl-Hirshman</b> .....	<b>40</b>

<b>7</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>42</b>
<b>7.1</b>	<b>Market Share</b> .....	<b>42</b>
<b>7.2</b>	<b>Razão de Concentração (<math>C_k</math>)</b> .....	<b>44</b>
<b>7.3</b>	<b>Índice Herfindahl-Hirschman</b> .....	<b>46</b>
<b>7.3.1</b>	<b><i>Índice Herfindahl-Hirschman – Aquisição Allianz - SulAmérica</i></b> .....	<b>46</b>
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>49</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>50</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O início do mercado de seguros no Brasil se deu no ano de 1808, em consequência da vinda da família real para o Brasil. Desse período até os dias atuais houve diversos avanços no âmbito jurídico e financeiro deste mercado. A criação do Sistema Nacional de Seguros Privados (SNSP) e a instituição de órgãos normativos e supervisores se deu no ano de 1966 com o Decreto-lei nº 73.

O setor segurador tem importância social e econômica para o país, pois procura a perenidade das atividades humanas, tentando minimizar os riscos à vida, à saúde e a propriedade das famílias e dos setores produtivo da sociedade. A atividade seguradora é geradora de emprego, de impostos, além de ter considerável participação no PIB do Brasil e efetuar diversos investimentos no Mercado Financeiro nacional com intuito de manter as reservas técnicas para indenizar em caso de sinistros, o que acaba alimentando o crescimento da indústria, do comércio e dos mais variados setores da economia.

O Mercado de Seguros brasileiro vem se expandindo consideravelmente nos últimos 15 anos. Em 2003 o mesmo alcançou uma receita bruta de R\$ 23.674.350, o equivalente a 1,38% do PIB daquele ano, em 2018 esse número passou para R\$ 112.799.642.000 ou 1,65% do PIB.

Dado sua importância, o objetivo geral deste trabalho é analisar o grau de concentração do mercado de seguros brasileiro. Para tal foram utilizados os principais indicadores clássicos da literatura econômica de análise de concentração de mercado: Market Share, Razão de Concentração e Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI).

Após a introdução, o segundo capítulo deste trabalho abordará o surgimento e a origem histórica do setor de seguros brasileiro.

O terceiro capítulo apresentará a atual estrutura organizacional do setor de seguros brasileiro, descrevendo os principais participantes, órgãos normativos e fiscalizadores.

O quarto capítulo nos trará um panorama geral sobre o atual cenário do setor segurador brasileiro, trazendo dados sobre a quantidade e tamanho das companhias seguradoras integrantes deste mercado.

O quinto capítulo descreverá o referencial teórico que embasa este trabalho com o entendimento das definições e conceitos de mercado e estrutura de mercado.

O sexto capítulo expressará a metodologia de cálculo dos indicadores clássicos da literatura de análise de mercado.

O sétimo capítulo exprimirá os resultados das análises realizadas, e o oitavo capítulo contemplará das considerações finais obtidas.

## 2 CONTEXTO HISTÓRICO DO MERCADO SEGURADOR BRASILEIRO

O mercado de seguros no Brasil teve seu início no ano de 1808, em consequência da vinda da família real para o Brasil, o que resultou na abertura dos portos ao comércio internacional com as nações amigas. A primeira companhia seguradora brasileira, Companhia de Seguros Boa-Fé, fundada em 24 de fevereiro de 1808, era regulada e dirigida pela Casa de Seguros de Lisboa, e tinha como principal finalidade operar no Seguro Marítimo.

Naquele período toda a atividade seguradora era regulada pelas leis portuguesas. Somente em 1850, com a promulgação da Lei nº 556, de 1850, o Código Comercial Brasileiro, que o seguro marítimo foi pela primeira vez estudado e regulado em território brasileiro, determinando os direitos e deveres das partes envolvidas nos contratos de seguros. Este código teve essencial e indispensável importância para o avanço do seguro no Brasil. Estimulando o surgimento de diversas seguradoras, que passaram a operar com o seguro marítimo, que estava expressamente regulado, bem como seguro terrestre e seguro de vida.

A primeira Companhia de Seguros de Vida do Brasil foi a “Tranquilidade”, iniciando suas atividades em 1855. Até então, por ser considerado uma prática imoral, segundo Ferreira (1985, *apud* Silva 2008 p. 31), o seguro de vida teve a sua prática protelada durante longo tempo. O código Comercial brasileiro de 1850, tratando das coisas que podem ser objeto de seguro marítimo, assim determinava: “Art. 686 - É proibido o seguro: (...) 2 - sobre a vida de alguma pessoa livre”. Proibindo-o, a referida lei culminava em nulidade absoluta de qualquer contrato de tal espécie; porém, permitia a realização de seguros sobre a vida de escravos por considera-los como “coisas” e não “pessoas”. Somente após alguns anos estes ramo começou a se desenvolver.

Em 1860, tornou-se obrigatório no Brasil a apresentação de balanço e o pedido de autorização para funcionamento de companhias de seguro. Dois anos mais tarde, 1862, a primeira companhia estrangeira, a portuguesa Garantia da Cidade do Porto, começou a operar no país (BORELLI e MONTI, 2013).

Em 5 de setembro de 1895 foi promulgada a Lei nº 294, que dispunha exclusivamente sobre as companhias estrangeiras de seguros de vida. Até então as sucursais de seguradoras sediadas no exterior transferiam os recursos financeiros obtidos através dos prêmios cobrados, o que provocava significativa evasão de divisas, a lei determinava que suas reservas técnicas fossem constituídas e tivessem seus recursos aplicados no Brasil, para fazer

frente aos riscos aqui assumidos. Algumas empresas estrangeiras discordaram das disposições contidas no referido diploma legal e fecharam suas sucursais (SUSEP, 1997).

Em 1916, houve, com a promulgação do Código Civil brasileiro, o maior avanço na área jurídica do contrato de seguro, onde foram fixados os princípios fundamentais do contrato de seguros e determinados os direitos e obrigações das partes, de modo a evitar e solucionar conflitos entre os interessados.

O Decreto-lei n° 73, de 21 de novembro de 1966, reformulou a política de seguros no Brasil e criou o Sistema Nacional de Seguros Privados (SNSP), constituído pelo Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP); Superintendência de Seguros Privados (SUSEP); Instituto de Resseguros do Brasil (IRB); sociedades autorizadas a operar em seguros privados; e corretores habilitados.

Destaca-se, em 2007, a abertura do mercado brasileiro de resseguro, pela promulgação da Lei Complementar N° 126/07 e regulamentações posteriores, que possibilitou a atuação de resseguradores estrangeiros no país, após quase setenta anos de monopólio exercido pelo IRB-Brasil (SILVA et al, 2015).

### **3 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO MERCADO DE SEGUROS BRASILEIRO**

Atualmente o mercado de seguros brasileiro é normatizado e fiscalizado pelo Governo Federal. O Sistema Nacional de Seguros Privados, instituído pelo Decreto-Lei n.º 73, de 1966, e alterado por legislações posteriores, é composto por Conselho Nacional de Seguros Privados – CNSP; Superintendência de Seguros Privados – SUSEP; Sociedades autorizadas a operar em seguros privados (Seguradoras); Entidades Abertas de Previdência Complementar – EAPC; Resseguradores e Corretores habilitados. Os órgãos do SNSP estão subordinados ao Ministério da Economia<sup>1</sup>, exceto Saúde Suplementar e Capitalização. O Sistema de Saúde Privada e Suplementar é da competência do Ministério da Saúde através do CONSU – Conselho Nacional de Saúde Suplementar – e da ANS – Agência Nacional de Saúde Suplementar.

As atribuições destes órgãos são as seguintes:

#### **3.1 Conselho Nacional de Seguros Privados – CNSP**

O CNSP é o órgão máximo do setor de seguros, é encarregado da fixação das diretrizes e normas da política de seguros privados no Brasil, entre outras atribuições. É composto por membros indicados por diversos órgãos públicos e tem poderes regulatórios para estabelecer políticas gerais de seguros e resseguros e regular a criação, organização, funcionamento e inspeção das seguradoras e dos corretores de seguros. É composto por: Ministro da Economia, que o preside; Representante do Ministério da Justiça; Representante do Ministério da Previdência e Assistência Social; Superintendente da Superintendência de Seguros Privados – SUSEP (Presidente substituto); Representante do Banco Central do Brasil; e Representante da Comissão de Valores Mobiliários – CVM. As atribuições do CNSP: Fixar diretrizes e normas da política de seguros privados; Regular a constituição, organização, funcionamento e fiscalização dos que exercem atividades subordinadas ao Sistema Nacional de Seguros Privados, bem como a aplicação das penalidades previstas; Fixar as características gerais dos contratos de seguro, previdência privada aberta,

---

<sup>1</sup> A Medida Provisória n° 870, de 1º de janeiro de 2019, criou o Ministério da Economia. Com isso, as estruturas dos ministérios da Fazenda; do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão; da Indústria, Comércio Exterior e Serviços; e do Trabalho passaram a integrar um novo ministério chamado Economia.

capitalização e resseguro; Estabelecer as diretrizes gerais das operações de resseguro; Conhecer dos recursos de decisão da SUSEP e do IRB; Prescrever os critérios de constituição das Sociedades Seguradoras, de Capitalização, Entidades de Previdência Privada Aberta e Resseguradores, com fixação dos limites legais e técnicos das respectivas operações; Disciplinar a corretagem do mercado e a profissão de corretor.

### **3.2 SUSEP – Superintendência de Seguros Privados**

É o órgão responsável pela regulação, supervisão, controle, fiscalização e incentivo das atividades de seguros, Previdência Complementar Aberta, Capitalização e Resseguro, isto é, seguradoras, resseguradores, corretores de seguros, etc.. É uma autarquia vinculada ao Ministério da Economia. A SUSEP é também responsável por zelar pela defesa dos interesses dos consumidores, e a ela são encaminhadas as denúncias dos segurados contra as seguradoras, corretores de seguros e outros órgãos do mercado de seguros. São atribuições da SUSEP: Fiscalizar a constituição, organização, funcionamento e operação das Sociedades Seguradoras, de Capitalização, Entidades de Previdência Privada Aberta e Resseguradores, na qualidade de executora da política traçada pelo CNSP; Atuar no sentido de proteger a captação de poupança popular que se efetua através das operações de seguro, previdência privada aberta, de capitalização e resseguro; Zelar pela defesa dos interesses dos consumidores dos mercados supervisionados; Promover o aperfeiçoamento das instituições e dos instrumentos operacionais a eles vinculados, com vistas à maior eficiência do Sistema Nacional de Seguros Privados e do Sistema Nacional de Capitalização; Promover a estabilidade dos mercados sob sua jurisdição, assegurando sua expansão e o funcionamento das entidades que neles operem; Zelar pela liquidez e solvência das sociedades que integram o mercado; Disciplinar e acompanhar os investimentos daquelas entidades, em especial os efetuados em bens garantidores de provisões técnicas; Cumprir e fazer cumprir as deliberações do CNSP e exercer as atividades que por este forem delegadas; Prover os serviços de Secretaria Executiva do CNSP.

### **3.3 Sociedades Autorizadas a Operarem em Seguros Privados (Seguradoras)**

São empresas constituídas sob a forma de sociedades anônimas, autorizadas pela SUSEP a funcionar no Brasil pactuando contratos por meio dos quais assumem a obrigação de pagar ao contratante (segurado), ou a quem este designar, uma indenização caso ocorra o risco indicado e temido, recebendo para isso o prêmio estabelecido.

### **3.4 Entidades Abertas de Previdência Complementar – EAPC**

Sociedades anônimas que têm por objetivo principal instituir planos que podem ter coberturas de morte, invalidez ou sobrevivência.

### **3.5 Empresas de Resseguro (Resseguradores)**

São as empresas legalmente constituídas com a finalidade de operar o resseguro, que é a transferência de riscos de uma seguradora para um ressegurador. Conforme disposições do artigo 4º da Lei Complementar 126/2007, as operações de resseguro e de retrocessão podem ser realizadas com os seguintes tipos de resseguradores:

#### ***3.5.1 Ressegurador local***

Ressegurador sediado no país constituído sob a forma de sociedade anônima, tendo por objeto exclusivo a realização de operações de resseguro e retrocessão;

#### ***3.5.2 Ressegurador admitido***

Ressegurador sediado no exterior, com escritório de representação no país, que, atendendo às exigências previstas na citada Lei Complementar e nas normas aplicáveis à

atividade de resseguro e retrocessão, tenha sido cadastrado como tal no órgão fiscalizador de seguros para realizar operações de resseguro e retrocessão;

### **3.5.3 Ressegurador eventual**

Empresa resseguradora estrangeira sediada no exterior sem escritório de representação no país, que, atendendo às exigências previstas na citada Lei Complementar e nas normas aplicáveis à atividade de resseguro e retrocessão, tenha sido cadastrada como tal no órgão fiscalizador de seguros para realizar operações de resseguro e retrocessão.

### **3.6 Corretores de Seguros**

Pessoas físicas ou jurídicas, intermediários legalmente autorizados a angariar e promover contratos de seguros entre as seguradoras e as pessoas físicas ou jurídicas de direito privado, sendo remunerados por meio de comissão (porcentagem) sobre o valor do prêmio pago pelo segurado. No Brasil, as seguradoras só podem receber propostas de seguros por parte de corretores legalmente habilitados ou diretamente dos proponentes, mas o comissionamento da intermediação é obrigatório.

### **3.7 Conselho de Saúde Suplementar – CONSU**

Criado pela Lei 9.656/1998, e posteriormente alterado pelo Decreto no 4.044, de 6 de dezembro de 2001, o CONSU é órgão colegiado integrante da estrutura regimental do Ministério da Saúde, sendo composto pelo Ministro da Justiça – que o preside –, pelo Ministro da Saúde, e pelo Ministro da Fazenda, além do Presidente da ANS, que atua como Secretário das reuniões. O CONSU tem competência para desempenhar as seguintes atividades: Estabelecer e supervisionar a execução de políticas e diretrizes gerais do setor de saúde suplementar; Aprovar o contrato de gestão da ANS; Supervisionar e acompanhar as ações e o funcionamento da ANS; Fixar diretrizes gerais para a constituição, organização, funcionamento e fiscalização das empresas operadoras de produtos de que tratar a Lei

9.656/1998; Deliberar sobre a criação de câmaras técnicas, de caráter consultivo, de forma a subsidiar as decisões.

### **3.8 Agência Nacional de Saúde Suplementar – ANS**

Criada pela Lei 9.961, de 28 de janeiro de 2000, a ANS é autarquia sob regime especial, vinculada ao Ministério da Saúde. Sua missão é promover a defesa do interesse público na assistência suplementar à saúde, regulando as operadoras setoriais, inclusive quanto às suas relações com prestadores e consumidores, contribuindo, assim, para o desenvolvimento das ações de saúde no país.

Além das instituições que compõe o Sistema Nacional de Seguros Privados, cabe destacar outra entidade importante que integra o mercado de seguros, previdência complementar aberta e capitalização, é o IRB Brasil Resseguros S/A – IRB-Brasil Re, que é uma sociedade de economia mista, com 50% de seu capital pertencente ao Tesouro Nacional e 50% às seguradoras e outros acionistas, sendo que o controle é estatal. De 1939 a 2007, foi o único ressegurador no Brasil, promovendo o desenvolvimento dos mercados de resseguro, cosseguro e retrocessão, em conformidade com as políticas do CNSP. O Decreto-Lei nº 73/66 também deu ao IRB poderes regulatórios sobre o setor de resseguros. A Emenda Constitucional nº 13, de 21 de agosto de 1996, revogou o monopólio constitucional do IRB no mercado de resseguros, mas a efetiva abertura desse mercado somente ocorreu com a edição da Lei Complementar nº 126, em janeiro de 2007.

## 4 PANORAMA DO MERCADO DE SEGUROS BRASILEIRO

Antes de começarmos a falar sobre o panorama atual do mercado brasileiro de seguros propriamente, é importante ressaltarmos o fato de que muitos trabalhos sobre o assunto, a exemplo de RODRIGUEZ (2007) e SILVA (2008), apresentam os dados de forma a agregar os três mercados supervisionados pela SUSEP, o Mercado de Seguros, que engloba os segmentos Auto, Pessoas, Compreensivos, DPVAT<sup>2</sup>, Financeiros, Garantia Estendida, Habitacional, Grandes Riscos, Rural, Transporte, etc; o Mercado de Acumulação, que engloba Previdência Tradicional e PGBL<sup>3</sup>; e o Mercado de produtos de Capitalização, e apresentam esses dados os considerando somente como o Mercado de seguros. Como os últimos relatórios de análise e acompanhamento dos mercados supervisionados da SUSEP (2017 e 2018) passaram a apresentar os dados desses 3 mercados de forma desagregada, dando-nos a possibilidade de estudarmos os mesmos de forma separada, será essa a forma adotada também por este trabalho. Outro fato importante adotado nos últimos relatórios da SUSEP, e que também será adotado aqui, é o fato de os produtos dos mercados de seguros e previdência complementar aberta serem reagrupados de acordo com as características de cada produto, e classificados como produto de seguro ou de acumulação. O VGBL<sup>4</sup>, por exemplo, apesar de estar contabilizado como produto de seguro (de sobrevivência), passou a ser classificado como um produto do mercado de acumulação. Isso porque o VGBL é, de fato, um produto de acumulação (uma previdência), semelhante ao PGBL, inserido no âmbito do seguro de pessoas por razões regulatórias e fiscais. Assim, os produtos do mercado de acumulação

---

<sup>2</sup> DPVAT é o Seguro Obrigatório de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Vias Terrestres, ou por sua Carga, a Pessoas Transportadas ou Não (Seguro DPVAT), criado pela Lei nº 6.194/74, alterada pela Lei 8.441/92, 11.482/07 e 11.945/09, com a finalidade de amparar as vítimas de acidentes de trânsito em todo o território nacional, não importando de quem seja a culpa dos acidentes.

<sup>3</sup> PGBL – Tipo de plano de previdência complementar.

Plano Gerador de Benefício Livre, para designar planos que, durante o período de diferimento, tenham a remuneração da provisão matemática de benefícios a conceder baseada na rentabilidade da(s) carteira(s) de investimentos de FIE(s), no(s) qual(is) esteja(m) aplicada(s) a totalidade dos respectivos recursos, sem garantia de remuneração mínima e de atualização de valores e sempre estruturados na modalidade de contribuição variável. (Circular SUSEP 338/07).

<sup>4</sup> VGBL Tipo de plano de previdência complementar.

Vida Gerador de Benefício Livre, para designar planos que, durante o período de diferimento, tenham a remuneração da provisão matemática de benefícios a conceder baseada na rentabilidade da(s) carteira(s) de investimentos de FIE(s), no(s) qual(is) esteja(m) aplicada(s) a totalidade dos respectivos recursos, sem garantia de remuneração mínima e de atualização de valores e sempre estruturados na modalidade de contribuição variável; (Circular SUSEP 339/07).

foram classificados nos segmentos Previdência Tradicional, PGBL e VGBL (SUSEP, 2019. Pag. 2).

Nos últimos 15 anos os três mercados supervisionados pela SUSEP apresentaram substancial evolução no que se refere a criação de novos produtos, volume de receitas e participação no PIB do país.

Esse desempenho deve-se principalmente à conquista da estabilidade econômica, após longo período de inflação elevada, aliada ao aperfeiçoamento do arcabouço normativo por parte da SUSEP e à adoção de políticas de incentivo governamental, especialmente para produtos que envolvem captação de poupança de longo prazo. Tal desempenho tem contribuído para uma maior eficiência do sistema financeiro nacional, impulsionando o crescimento econômico do país com alocação eficiente de recursos, gerenciamento de riscos e captação de poupança de longo prazo (SUSEP, 2019).

O Mercado de Seguros brasileiro apresentou considerável expansão nos últimos 15 anos, passando de 1,38% do PIB (R\$ 23.674.350) em 2003 para 1,65% (R\$ 112.799.642.000) em 2018. A tabela 1 apresenta as receitas e a participação do mercado de seguros no total do PIB brasileiro entre os anos de 2003 e 2018.

**Tabela 1 – Receitas e Participação do Mercado Segurador no PIB do Brasil, 2003-2018  
(R\$ mil)**

<i>Ano</i>	<i>Receitas</i>	<i>%PIB</i>
2003	23.674.350	1,38
2004	26.958.107	1,38
2005	30.827.045	1,42
2006	34.275.962	1,42
2007	38.252.894	1,41
2008	44.288.487	1,42
2009	46.478.404	1,39
2010	53.384.635	1,37
2011	61.611.288	1,41
2012	69.829.484	1,45
2013	83.078.732	1,56
2014	92.968.706	1,61
2015	98.532.640	1,64
2016	100.708.696	1,61
2017	105.349.827	1,61
2018	112.799.642	1,65

**Fonte:** SUSEP. Elaboração Própria

Como pode ser visto na tabela 2, o mercado de seguros apresentou significativo crescimento ao longo de todo o período de 2003 a 2014, mas foi afetado pela recessão econômica que o país sofreu nos anos de 2015 e 2016. Pelo gráfico 1 nota-se que em todo o período as taxas de crescimento do Mercado de Seguros foram superiores as taxas de crescimento do PIB do país, e nos anos de recessão, as taxas de decréscimo do Mercado de Seguros foram maiores que o PIB.

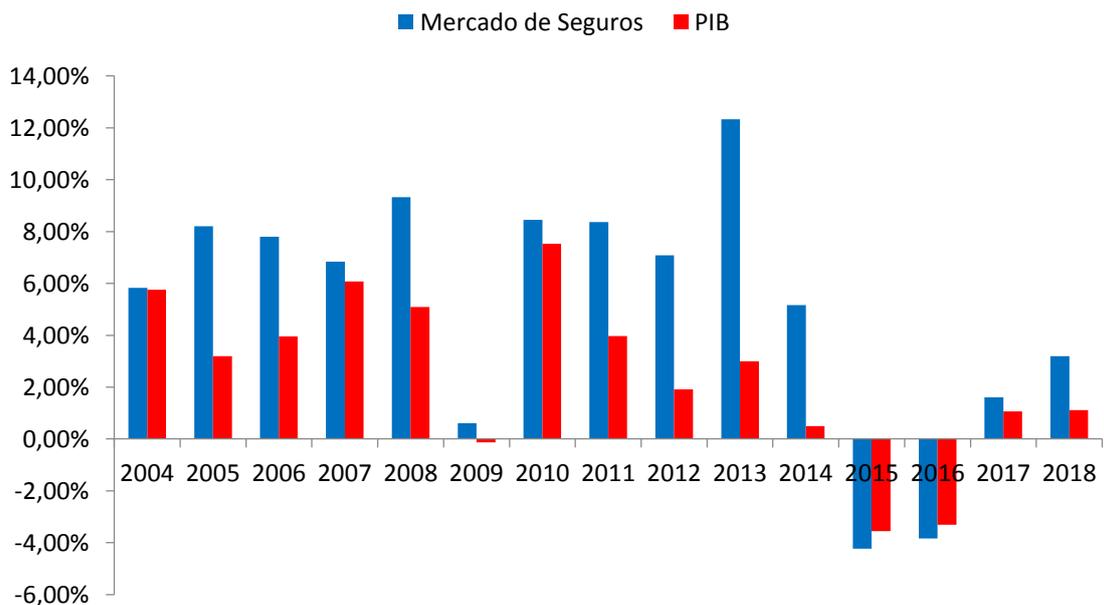
A partir de 2017, com a melhora dos indicadores econômicos, o mercado de seguros voltou a apresentar um crescimento significativo, chegando a 3,20% em 2018.

**Tabela 2 – Crescimento Real Anual do Mercado Segurador e do PIB Real Brasileiro, 2004-2018.**

<i>Ano</i>	<i>Mercado de Seguros</i>	<i>PIB</i>
2004	5,83%	5,76%
2005	8,20%	3,20%
2006	7,80%	3,96%
2007	6,84%	6,07%
2008	9,33%	5,09%
2009	0,61%	-0,13%
2010	8,45%	7,53%
2011	8,37%	3,97%
2012	7,09%	1,92%
2013	12,33%	3,00%
2014	5,16%	0,50%
2015	-4,23%	-3,55%
2016	-3,84%	-3,30%
2017	1,61%	1,06%
2018	3,20%	1,12%

Fonte: SUSEP, IBGE, IPEA. Elaboração Própria

**Gráfico 1 – Crescimento Anual Real do Mercado Segurador e do PIB Real Brasileiro, 2004-2018.**



Fonte: SUSEP, IBGE, IPEADATA. Elaboração Própria

Os segmentos de maior destaque dentro do mercado de seguros brasileiro são, historicamente, os de seguros de automóveis e os de pessoas. Ao analisarmos os recortes dos anos de 2002 e de 2018 verificamos que a predominância destes segmentos permaneceu quase que inalterada. Em 2002 ambos segmentos detinham 34% de participação.

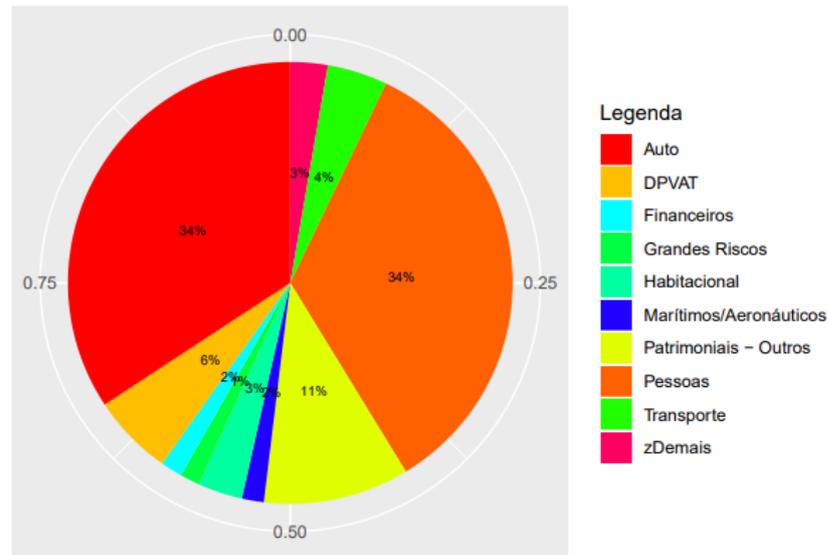
**Tabela 3 – Principais Segmentos do Mercado Segurador Brasileiro - 2002.**

<i>Segmento</i>	<i>Participação</i>
Auto	34%
Pessoas	34%
Patrimoniais – Outros	11%
DPVAT	6%
Transporte	4%
Habitacional	3%
Financeiros	2%
Marítimos/Aeronáuticos	2%
Grandes Riscos	1%
Demais	3%

**Fonte:** SUSEP, Elaboração Própria

O gráfico 2 apresenta a divisão entre os principais segmentos do mercado segurador brasileiro no ano de 2002.

**Gráfico 2 – Principais Segmentos do Mercado de Seguros Brasileiro - 2002**



Fonte: SUSEP, 2019. P.16

Em 2018 o segmento de seguro de pessoas detinha 33% e o de automóveis 32%, foi o segundo ano consecutivo que o segmento de pessoas superou a participação do segmento automóveis.

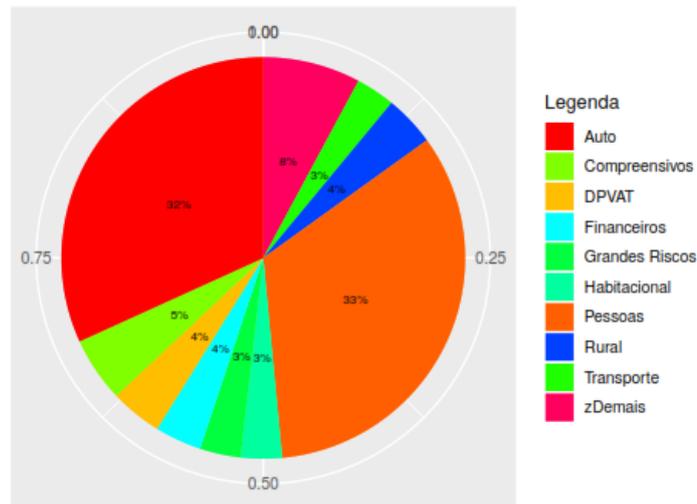
**Tabela 4 – Principais Segmentos do Mercado Segurador Brasileiro - 2018.**

<i>Segmento</i>	<i>Participação</i>
Pessoas	33%
Auto	32%
Compreensivos	5%
DPVAT	4%
Financeiros	4%
Rural	4%
Grandes Riscos	3%
Habitacional	3%
Transporte	3%
Demais	8%

Fonte: SUSEP, Elaboração Própria

O gráfico 3 apresenta a divisão entre os principais segmentos do mercado segurador brasileiro no ano de 2018.

**Gráfico 3 – Principais Segmentos do Mercado de Seguros Brasileiro - 2018**



**Fonte:** SUSEP, 2019. P.16

O mercado fechou o ano 2018 com um total de 122 empresas seguradoras atuando, em 2003 haviam 114. Ao longo desses anos a variação na quantidade de empresas foi relativamente pouca, destaca-se o ano de 2006, que fechou o ano com 4 empresas a mais que o ano anterior, e 2015, que encerrou com 7 empresas a menos que 2014.

A tabela 5 detalha o numero de seguradoras atuando no Brasil em cada ano, de 2003 a 2018.

**Tabela 5 – Número de Empresas de Seguros no Mercado Segurador, 2003-2018.**

<i>Ano</i>	<i>Numero de Empresas</i>
2004	118
2005	116
2006	120
2007	121
2008	119
2009	118
2010	116
2011	116
2012	116
2013	121
2014	122
2015	115
2016	116
2017	118
2018	122

**Fonte:** SUSEP, Elaboração Própria

A tabela 6 nos mostra a participação de mercado das 20 maiores empresas de seguros do mercado brasileiro nos anos de 2003 e 2018. Nota-se que o mercado se tornou mais pulverizado, e a participação da líder de 2018 em relação a segunda de 2018, foi bem menor do que a diferença da líder de 2003 em relação a segunda colocada no mesmo ano. Em 2003 a diferença da primeira para a segunda colocada no ranking era de 7,65%, em 2018 essa diferença era de apenas 1,61%.

Outro ponto a se destacar é o fato de que 14 das 20 maiores de 2018 também estavam entre as 20 maiores de 2003.

**Tabela 6 – Participação de Mercado das 20 Maiores Empresas de Seguros do Mercado Brasileiro, 2003 e 2018.**

	<i>Empresas</i>	<i>2003</i>	<i>Empresas</i>	<i>2018</i>
1	BRADESCO VIDA E PREVIDÊNCIA S.A.	14,72%	PORTO SEGURO COMP. DE SEG. G	8,33%
2	BRADESCO SEGUROS S.A	7,07%	BRASILSEG COMP. DE SEG.	6,72%
3	ITAÚ VIDA E PREV. S.A. (INATIVA)	6,76%	MAPFRE SEGUROS GERAIS S.A.	5,82%
4	UNIBANCO AIG SEGUROS S/A	6,55%	CAIXA SEGURADORA S.A.	5,51%
5	PORTO SEGURO COMP. DE SEG. G.	5,77%	BRADESCO AUTO/RE COMP. DE SEG.	5,08%
6	ITAU SEGUROS S.A.	5,73%	TOKIO MARINE SEGURADORA S.A.	4,76%
7	SUL AMÉRICA CIA. NAC. DE SEG.	4,90%	SEGURADORA LÍDER - DPVAT S.A.	4,36%
8	CAIXA SEGURADORA S.A.	3,15%	ZURICH SANTANDER BR. SEG.PREV.	3,93%
9	TOKIO MARINE SEGURADORA S.A.	2,97%	BRADESCO VIDA E PREVIDÊNCIA S.A.	3,40%
10	ALLIANZ SEGUROS S.A.	2,78%	ZURICH MINAS BRASIL SEGUROS S.A.	3,39%
11	BRASILSEG COMP. DE SEGUROS	2,72%	SUL AMÉRICA CIA. NAC. DE SEG.	3,31%
12	MAPFRE SEGUROS GERAIS S.A.	2,34%	HDI SEGUROS S.A.	3,21%
13	KIRTON SEGUROS S.A.	2,31%	LIBERTY SEGUROS S.A.	3,18%
14	COESP – COMP. DE SEG. DO EST. SP	1,82%	ITAU SEGUROS S.A.	3,12%
15	SOMPO SEGUROS S.A.	1,61%	ALLIANZ SEGUROS S.A.	2,85%
16	BRASILVEÍCULOS COMP. DE SEG.	1,57%	AZUL COMP. DE SEGUROS GERAIS	2,81%
17	LIBERTY SEGUROS S.A.	1,44%	SOMPO SEGUROS S.A.	2,60%
18	CAIXA VIDA E PREVIDÊNCIA S.A.	1,40%	CHUBB SEGUROS BRASIL S.A.	2,53%
19	ZURICH SANTANDER BR SEG. E PREV.	1,33%	ICATU SEGUROS S.A	1,45%
20	UNIBANCO AIG PREVIDÊNCIA S/A	1,19%	BRASILVEÍCULOS COMP. DE SEG.	1,30%

**Fonte:** SUSEP, Elaboração Própria

## 5 REFERENCIAL TEÓRICO

Antes de entendermos estrutura de mercado, é importante termos fixados os conceitos de mercado. Um mercado pode ser definido como o local, físico ou não, de encontro entre compradores e vendedores de determinado produto, isto é, entre sua oferta e demanda.

Conforme Hubbard e O'brien (2010, p.60) mercado é um grupo de compradores e vendedores de um bem ou serviço e a instituição ou arranjo por meio do qual eles se reúnem para efetivar a transação.

Para Cabral (1994, p.17) um mercado é composto por um conjunto de empresas que produzem um mesmo produto ou um conjunto de produtos relacionados entre si.

Para Pindyck e Rubinfeld (2005, p.7) é por meio de interações, efetivas ou potenciais, em um grupo de compradores e vendedores que o preço de um produto ou de um conjunto de produtos é determinado.

Na microeconomia a teoria neoclássica da firma divide as estruturas de mercado em 4 tipos principais: Concorrência Perfeita, Monopólio, Concorrência Monopolística e Oligopólio. Esta classificação depende fundamentalmente de três características principais, que são: a quantidade de empresas participantes desse mercado; a homogeneidade ou diferenciação dos produtos vendidos pelas empresas do setor, ou seja, o grau de diferenciação do produto; e as condições de entrada e saída desse mercado, isto é, se existem ou não barreiras de acesso ao mesmo.

Conhecer a estrutura de mercado em que uma firma está inserida é de essencial importância para o seu sucesso.

### 5.1 Mercado de Concorrência Perfeita

Para Baídya, Aiube e Mendes (1999, p. 106) o mercado é perfeitamente competitivo quando produtores e consumidores são tão pequenos que suas decisões de consumo e produção não afetam o preço de mercado.

Varian (2003, p. 412) afirma que um mercado é dito perfeitamente competitivo se todas as empresas partem do pressuposto de que o preço de mercado independe de seu nível de produção. Ou seja, a firma que opera nesse tipo de mercado é tomadora de preços, sendo essa uma das características do mercado de competição perfeita.

Esse mercado representa um ponto de referência e é relevante para facilitar a compressão de outras estruturas de mercado, porém, dado as suas condições de difícil realização na prática, não representa a maioria real dos mercados.

Uma indústria perfeitamente competitiva possui as seguintes características principais, conforme Baídyá, Aiube e Mendes (1999, p. 107):

1. Grande número de produtores e consumidores, de modo que cada um participe com transações que representam uma pequena fração do mercado;
2. Produtos homogêneos, de modo que não seja possível fazer diferenciação entre a produção de um ou de outro fabricante;
3. Entrada e saída livres do mercado, de tal modo que não haja qualquer restrição à participação de determinado produtor. Ou seja, não há ônus para as firmas entrarem ou saírem do mercado, tampouco obstáculos legais;
4. Informação perfeita, de tal modo que os consumidores disponham do mesmo grau de informação do produto no que se refere a preço, custo e qualidade e os produtores tenham informação completa quanto ao processo tecnológico.

Se essas condições forem satisfeitas, esse mercado é dito perfeitamente competitivo.

## **5.2 Monopólio**

O monopólio pode ser considerado o caso mais extremo de concentração e poder de mercado. Uma estrutura de mercado monopolista apresenta as seguintes características:

1. Existe somente um produtor de um bem ou serviço, ou seja, somente uma fonte de oferta, logo não há concorrência;
2. Não há substitutos próximos para os produtos ou serviços;
3. E existem barreiras à entrada de firmas que queiram concorrer neste mercado. Estas barreiras podem se dar através de: monopólio puro ou natural, onde às economias de escala são tão grandes que uma empresa pode suprir todo o mercado

a um custo médio total mais baixo do que duas ou mais empresas; proteção de patentes ou *copyrights*, isto é, o direito único de produzir o bem ou prestar o serviço; controle sobre o fornecimento de matérias primas chaves e tradição no mercado.

Uma empresa monopolista é formadora e não tomadora de preço, mas nem por isso pode escolher preços e nível de produção de maneira separada. Conforme Varian (2003, p.453) para qualquer preço determinado, o monopólio só poderá vender o que o mercado suporta. Se escolher um preço muito alto, a empresa só conseguirá vender uma quantidade pequena. O monopolista escolherá o nível de preços e de produção que maximize seus lucros totais, mas o comportamento da demanda dos consumidores restringirá a escolha do monopolista no que tange ao preço e a quantidade.

### 5.3 Competição Monopolística

O mercado de competição monopolística é uma estrutura de mercado intermediária que situa-se entre os extremos da concorrência perfeita e o monopólio, sendo uma das mais comuns formas de mercado observadas na prática.

Esta estrutura de mercado é semelhante a perfeitamente competitiva em dois pontos fundamentais: existem muitas empresas atuando e não há barreiras à entrada de novas empresas. A diferença está no fato de os produtos dessas empresas serem diferenciados, ou seja, cada empresa tem sua própria marca ou uma versão do produto que os diferencia das demais, essas diferenças podem ser em termos de qualidade, modelo, *design* ou até mesmo só em aparência e/ou reputação. Cada empresa, por produzir o seu próprio produto, detém o monopólio na produção do mesmo, mas seu poder é limitado, pois os consumidores poderão substituí-lo facilmente por um produto de uma empresa concorrente.

Para Pindyck e Rubinfeld (2005, p. 374) um mercado monopolisticamente competitivo tem duas características-chave:

1. As empresas competem vendendo produtos diferenciados, altamente substituíveis uns pelos outros, mas que não são propriamente substitutos perfeitos.

Em outras palavras, as elasticidades cruzadas de suas demandas são grandes, mas não chegam a ser infinitas.

2. Há livre entrada e livre saída. Ou seja, é relativamente fácil a entrada de novas empresas com suas próprias marcas e a saída de empresas que já atuam no mercado, caso seus produtos deixem de ser lucrativos.

Existem inúmeros exemplos de mercados monopolisticamente competitivos, como por exemplo: mercado de creme dental, sabonetes, xampus, medicamentos para dor de cabeça, luvas de box, bicicletas, dentre outros.

#### **5.4 Oligopólio**

Segundo Pindyck e Rubinfeld (2005, p. 373) o oligopólio é um mercado no qual apenas algumas empresas competem entre si, e a entrada de novas é impedida. A mercadoria que produzem pode ser diferenciada, como é o caso dos automóveis, ou não, como no caso do aço. O poder e a lucratividade do setor oligopolista dependem em parte do modo pelo qual as empresas interagem entre si.

As características principais desse tipo de mercado são:

1. Pequeno número de firmas controla a oferta de um determinado bem ou serviço, de tal forma que elas levam em consideração e tenham reações quanto às decisões de preço e quantidade produzida pelas outras empresas.
2. Os produtos podem ser Homogêneos ou não. Quando os produtos são homogêneos, isto é, substitutos perfeitos, ele é considerado um oligopólio puro, e quando os produtos não são substitutos perfeitos ele é considerado oligopólio diferenciado.
3. Barreiras a entrada de novas firmas. Pindyck e Rubinfeld (2005, p. 378) as economias de escala pode tornar o mercado não lucrativo, a não ser para algumas empresas; as patentes ou o acesso privilegiado a determinadas tecnologias podem servir para excluir potenciais concorrentes; e a necessidade de despender dinheiro para tornar uma marca conhecida e obter reputação através marketing e publicidade

podem obstruir a entrada de novas empresas. Além disso, as ações das empresas já atuantes podem desestimular a entrada de outras.

Em alguns setores oligopolistas ocorre cooperação entre as empresas, mas em outros elas concorrem agressivamente, mesmo que isso signifique lucros menores. Para entendermos a razão disso, é preciso levar em consideração o modo pelo qual as empresas oligopolistas decidem seus níveis de produção e seus preços. Essas decisões são complexas, pois cada empresa deve operar estrategicamente, ou seja, ao tomar uma reação deve levar em conta as possíveis reações dos concorrentes (Pindyck e Rubinfeld, 2005. Pag. 378).

Existem várias formas de comportamento para os oligopólios, elas vão depender da natureza das interações das firmas. Varian (2003, p. 541) resume os principais modelos da seguinte maneira:

No modelo de liderança de quantidade (Stackelberg) a empresa lidera ao fixar sua produção e a outra empresa o segue. Quando a líder escolhe determinado nível de produção, ela leva em consideração como a seguidora irá responder.

No modelo de liderança de preços, uma empresa fixa seu preço e dado isto a outra escolhe o quanto produzir a esse preço. A líder também leva em consideração o comportamento da seguidora ao tomar sua decisão.

No modelo de Bertrand cada empresa escolhe seu preço com base nas suas expectativas sobre a escolha do preço da outra empresa. O único preço de equilíbrio é o equilíbrio competitivo

No modelo de Cournot cada empresa escolhe sua produção para maximizar os lucros dadas as suas expectativas sobre a escolha da outra empresa. Em equilíbrio cada empresa acha que sua expectativa sobre a escolha da outra empresa é confirmada. Um equilíbrio de Cournot no qual cada empresa possui uma pequena parcela do mercado implica que o preço será muito próximo do custo marginal, ou seja, o setor será quase competitivo.

### 5.4.1 Modelo de Oligopólio de Cournot

Antoine Augustin Cournot formulou a primeira descrição bem-sucedida de um equilíbrio de oligopólio em 1838. O modelo original de Cournot pressupõe um oligopólio de duas firmas, conhecido como duopólio, operando a um custo marginal zero.

Segundo Cabral (1994), as hipóteses fundamentais do modelo básico são: i) O produto das empresas é homogêneo; ii) o preço (único) de mercado resulta da oferta agregada das empresas; iii) as empresas determinam simultaneamente a quantidade oferecida.

A variável estratégica manipulada por cada uma das empresas é a sua quantidade produzida, que são escolhidas, ou determinadas, simultaneamente; o lucro de cada empresa (a utilidade de cada jogador) é função da quantidade produzida por essa empresa e do preço do mercado. O preço de mercado é função da quantidade produzida por ambas às empresas; no equilíbrio de Nash deste jogo temos o equilíbrio de mercado, também conhecido por equilíbrio de Nash-Cournot.

Algebricamente, o modelo de Cournot é derivado da seguinte forma. Seja,

$P = a - bQ$ , a função inversa da demanda onde  $P$  é o preço e  $Q$  a quantidade,

$Q = q_1 + q_2$  e  $c$  é o custo marginal de cada empresa, considerado constante.

O lucro da firma 1 é dado por:

$$\begin{aligned}\pi_1(q_1, q_2) &= (P - c)q_1 \\ &= (a - bq_1 - bq_2 - c)q_1\end{aligned}\quad (1.1)$$

A condição de primeira ordem para maximizar  $\pi_1$  é dada por:

$$a - bq_1 - bq_2 - c - bq_1 = 0 \quad (1.2)$$

ou simplesmente

$$2bq_1 = a - bq_2 - c \quad (1.3)$$

Rearranjando a expressão (1.3) temos:

$$q_1 = \frac{a-c}{2b} - \frac{1}{2}q_2 \equiv q_1^*(q_2) \quad (1.4)$$

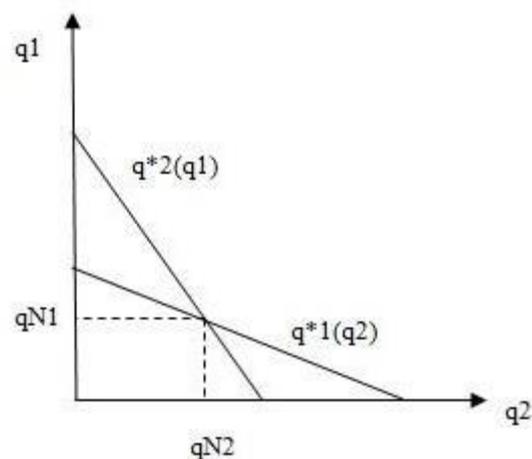
O equilíbrio Nash-Cournot é dado em geral, pela solução do sistema abaixo, (1.5), em que ambas as equações são chamadas função de reação: ela nos mostra a quantidade de produção que maximiza o lucro da empresa 1 e a quantidade que ela imagina que sua concorrente produzirá. Assim, cada um dos duopolistas produz uma quantidade que maximiza os lucros em função do que a concorrente está produzindo.

$$q_1 = \frac{a - c}{2b} - \frac{1}{2}q_2 \quad (1.5)$$

$$q_2 = \frac{a - c}{2b} - \frac{1}{2}q_1$$

A Figura 1 mostra o equilíbrio de Cournot, representado pelas curvas de reação das duas firmas em que cada empresa estima corretamente a quantidade produzida pela sua rival, a fim de maximizar seus lucros.

**Figura 1 – Equilíbrio de Cournot.**



**Fonte:** Cabral (1994)

## 6 METODOLOGIA

Para uma melhor análise do comportamento e competição das empresas dentro de cada estrutura faz-se necessário a análise do grau de concentração industrial de cada setor. Para esta análise a literatura clássica sobre concentração industrial propõe medidas de concentração, que nada mais são que índices que nos fornecem informações sobre a concorrência existente em um mercado.

O presente trabalho utilizou os principais modelos clássicos da literatura econômica de análise de concentração de mercado: Market Share, Razão de Concentração e Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI).

Como principal fonte de dados, foi utilizado o prêmio total anual emitido por cada companhia seguradora disponível no Sistema de Estatísticas da Superintendência de Seguros Privados, disponível em seu sítio eletrônico. No caso do segmento Vida, foram agregados os dados do grupo de pessoas individual e coletivo.

### 6.1 Market Share

O Market Share, ou fatia de mercado, é um indicador que apresenta a quota de participação da empresa no total do mercado específico de sua atuação.

Sua medida é mensurada em porcentagem como uma razão entre a quantidade de vendas de uma empresa e a quantidade total vendida pelo mercado. Neste trabalho será a razão entre o prêmio direto emitido por cada seguradora e o total de prêmios diretos emitidos pelo mercado segurador brasileiro. A importância dessa medida vem do fato de ela ser responsável por mensurar o tamanho de uma empresa dentro de um mercado e ajudar na comparação com a concorrência, o que pode auxiliar nas estratégias operacionais das firmas, e nos apresenta um panorama geral do tamanho de cada firma no setor.

A sua fórmula é dada por:

$$s = \frac{Q_i}{\sum_{i=1}^N Q_i}$$

Onde:

$Q_i$  = Prêmio direto emitido pela empresa  $i$ .

$N$  = Número de empresas no mercado específico.

## 6.2 Razão de Concentração

A Razão de Concentração é um índice que nos dá a participação das  $k$  maiores firmas atuantes em determinado mercado. É calculado a partir da soma das fatias de mercado ou shares dessas empresas.

A razão de concentração  $C_k$  é representada da seguinte maneira:

$$C_k \equiv \sum_{i=1}^k s_i$$

Em que:

$k$  = Representa a quota de mercado das  $k$  empresas.

$S_i$  = Representa a participação da empresa de ordem  $i$  no mercado.

Sendo assim,  $C_4$ , por exemplo, representa a quota de mercado das quatro maiores empresas, e nos apresenta qual parcela do mercado é detida por elas.

Seu resultado varia entre zero (0) e um (1), onde “0” representa uma situação de concentração mínima, em que cada empresa tem exatamente a mesma participação no mercado e o mesmo pode ser considerado de concorrência perfeita; e “1” indica uma condição de intensa concentração.

## 6.3 Índice de Herfindahl-Hirshman

O índice de Herfindahl-Hirshman – HHI é definido como sendo o somatório do quadrado das quotas de mercado das empresas de um setor.

O HHI é expresso da seguinte maneira:

$$HHI \equiv \sum_{i=1}^n s_i^2$$

Onde  $S_i$  denota a participação da  $i$ -ésima firma, e  $n$  o número de firmas no mercado.

Em um monopólio, onde uma única firma possui 100% de participação no mercado, o índice HHI será:

$$HHI = \sum_{I=1}^1 100^2 = 10.000$$

Indicando máxima concentração.

Se existem  $N$  firmas com market shares exatamente idênticos, o índice HHI será:

$$HHI = \frac{\sum_{i=1}^1 100^2}{N} = \frac{10.000}{N}$$

Logo, temos que quanto maior for o valor do HHI de um mercado, maior concentração ele indicará.

Existem dois padrões para avaliação do grau de concentração de mercados com base no HHI, sendo eles o Padrão Europeu e o Padrão Americano.

O Padrão Europeu é classificado da seguinte forma:

- Mercados não concentrados: com HHI abaixo de 1000 pontos;
- Mercados moderadamente concentrados: com HHI entre 1.000 e 2.000 pontos;
- Mercados altamente concentrados: com HHI acima de 2.000.

Já o Padrão Americano, o adotado pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE, Autarquia a qual compete apreciação de atos de concentração econômica e o zelo pela livre concorrência dos mercados no Brasil, é designado do seguinte modo:

- Mercados não concentrados: com HHI abaixo de 1500 pontos;
- Mercados moderadamente concentrados: com HHI entre 1.500 e 2.500 pontos;
- Mercados altamente concentrados: com HHI acima de 2.500.

## 7 RESULTADOS

A tabela 7 expressa os 20 maiores prêmios diretos emitidos pelas seguradoras no ano de 2018.

**Tabela 7 – 20 Maiores Prêmios Diretos Emitidos Por Seguradora, 2018.**

	<i>Empresas</i>	<i>Prêmio Direto Emitido (R\$)</i>
1	PORTO SEGURO COMP. DE SEG. G	8.954.513.664
2	BRASILSEG COMP. DE SEG.	7.220.602.093
3	MAPFRE SEGUROS GERAIS S.A.	6.253.104.315
4	CAIXA SEGURADORA S.A.	5.927.377.866
5	BRADESCO AUTO/RE COMP. DE SEG.	5.457.781.534
6	TOKIO MARINE SEGURADORA S.A.	5.117.050.810
7	SEGURADORA LÍDER - DPVAT S.A.	4.691.176.008
8	ZURICH SANTANDER BR. SEG.PREV.	4.223.526.240
9	BRADESCO VIDA E PREVIDÊNCIA S.A.	3.660.578.975
10	ZURICH MINAS BRASIL SEGUROS S.A.	3.642.602.869
11	SUL AMÉRICA CIA. NAC. DE SEG.	3.562.110.289
12	HDI SEGUROS S.A.	3.451.711.628
13	LIBERTY SEGUROS S.A.	3.421.304.727
14	ITAU SEGUROS S.A.	3.353.787.831
15	ALLIANZ SEGUROS S.A.	3.062.175.482
16	AZUL COMP. DE SEGUROS GERAIS	3.023.998.504
17	SOMPO SEGUROS S.A.	2.795.405.315
18	CHUBB SEGUROS BRASIL S.A.	2.721.935.279
19	ICATU SEGUROS S.A	1.560.515.039
20	BRASILVEÍCULOS COMP. DE SEG.	1.395.577.800

**Fonte:** SUSEP, Elaboração Própria

O prêmio direto é uma variável importante porque ela nos apresenta o total vendido por cada seguradora no ano em questão.

### 7.1 Market Share

Os resultados dos Market Shares das companhias seguradoras do Brasil para o período de 2018 são apresentados na Tabela 8.

**Tabela 8 – Market Share das Companhias Seguradoras no Brasil em 2018**

	<i>Empresas</i>	<i>Shares</i>
1	PORTO SEGURO COMP. DE SEG. G	8,33%
2	BRASILSEG COMP. DE SEG.	6,72%
3	MAPFRE SEGUROS GERAIS S.A.	5,82%
4	CAIXA SEGURADORA S.A.	5,51%
5	BRADESCO AUTO/RE COMP. DE SEG.	5,08%
6	TOKIO MARINE SEGURADORA S.A.	4,76%
7	SEGURADORA LÍDER - DPVAT S.A.	4,36%
8	ZURICH SANTANDER BR. SEG.PREV.	3,93%
9	BRADESCO VIDA E PREVIDÊNCIA S.A.	3,40%
10	ZURICH MINAS BRASIL SEGUROS S.A.	3,39%
11	SUL AMÉRICA CIA. NAC. DE SEG.	3,31%
12	HDI SEGUROS S.A.	3,21%
13	LIBERTY SEGUROS S.A.	3,18%
14	ITAU SEGUROS S.A.	3,12%
15	ALLIANZ SEGUROS S.A.	2,85%
16	AZUL COMP. DE SEGUROS GERAIS	2,81%
17	SOMPO SEGUROS S.A.	2,60%
18	CHUBB SEGUROS BRASIL S.A.	2,53%
19	ICATU SEGUROS S.A.	1,45%
20	BRASILVEÍCULOS COMP. DE SEG.	1,30%
21	CARDIF DO BR VIDA E PREV.	1,25%
22	MAPFRE VIDA S.A.	0,97%
23	MET LIFE SEG. E PREV. PRIVADA S.A.	0,85%
24	ITAU SEG. DE AUTO E RESIDÊNCIA S.A.	0,83%
25	ZURICH SANTANDER BRL SEG. S.A.	0,76%
26	SWISS RE CORPORATE SOLUTIONS BR.	0,71%
27	AXA SEGUROS S.A.	0,64%
28	SEGUROS SURA S.A.	0,64%
29	ITAÚ VIDA E PREVIDÊNCIA S/A	0,59%
30	ALIANÇA DO BRASIL SEGUROS S.A.	0,59%
31	AIG SEGUROS BRASIL S.A.	0,58%
32	GENERALI BRASIL SEGUROS S.A.	0,57%
33	TOO SEGUROS S.A.	0,57%
34	CARDIF DO BR SEG. E GARANTIAS S.A.	0,53%
35	MONGERAL AEGON SEG. E PREV.	0,52%
36	POTENCIAL SEGURADORA S.A.	0,50%
37	UNIMED SEGURADORA S.A.	0,50%
38	LUIZASEG SEGUROS S.A.	0,50%
39	ASSURANT SEGURADORA S.A.	0,49%
40	SUL AMÉRICA SEG. DE P. E PREV.	0,46%
41	DEMAIS COMPANHIAS	9,29%
	<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

**Fonte:** SUSEP, Elaboração Própria

Por ser um mercado com um numero elevado de empresas, ele é bastante pulverizado.

A tabela 9 apresenta o Market Share de 2018 por Grupo Econômico, esta agregação nos dá uma melhor noção da realidade do mercado.

**Tabela 9 – Market Share por Grupo Econômico em 2018.**

<i>Grupos Econômicos</i>	<i>Prêmio Direto Emitido (R\$)</i>	<i>Shares</i>
PORTO SEGURO	12.879.941.109	11,98%
BRADESCO	9.375.475.002	8,72%
MAPFRE	8.692.947.631	8,08%
ZURICH	8.682.426.247	8,07%
BB MAPFRE	7.850.031.725	7,30%
CAIXA	6.059.266.598	5,64%
TOKIO MARINE	5.117.050.810	4,76%
SULAMERICA	4.059.240.361	3,78%
ITAU	3.989.818.341	3,71%
LIBERTY	3.615.456.793	3,36%
CARDIF	2.455.118.734	2,28%
ICATU	1.873.469.920	1,74%
AXA	901.355.539	0,84%
ALFA	362.065.856	0,34%
OUTROS GRUPOS	17.478.768.474	16,26%
EMPRESAS INDEPENDENTES	14.132.050.071	13,14%
<b>TOTAL</b>	<b>112.799.642.000</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** SUSEP, Elaboração Própria

## 7.2 Razão de Concentração ( $C_k$ )

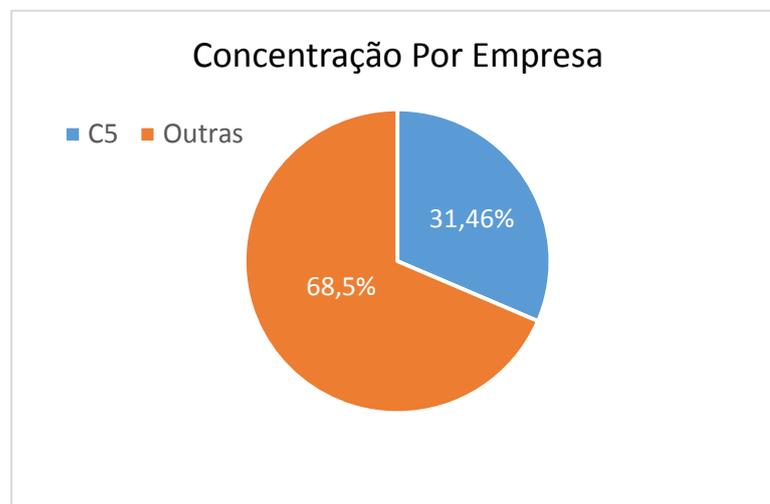
Na tabela 10 nós temos a Razão de Concentração, isto é, a participação das duas, três, quatro e cinco maiores seguradoras no mercado em 2018.

**Tabela 10 – Razão de Concentração por Empresa e Grupo Econômico, 2018.**

<i>Razão de Concentração</i>	<i>Por Empresa</i>	<i>Por Grupo Econômico</i>
$C_k$ (2)	15,05%	20,70%
$C_k$ (3)	20,87%	28,78%
$C_k$ (4)	26,38%	36,85%
$C_k$ (5)	31,46%	44,15%

Fonte: SUSEP, Elaboração Própria

Os gráficos 4 e 5 mostram as concentrações das cinco maiores companhias seguradoras e cinco maiores Grupos Econômicos, respectivamente

**Gráfico 4 – Concentração por Empresa - 2018**

Fonte: SUSEP, Elaboração Própria

**Gráfico 5 – Concentração por Grupo Econômico - 2018**

Fonte: SUSEP, Elaboração Própria

Os gráficos de concentração por empresas e por grupo econômico mostram uma predominância de seguradoras vinculadas a grandes grupos. A participação dos cinco principais grupos econômicos em relação ao volume total de prêmios diretos do mercado era considerável, representando 44%.

### 7.3 Índice Herfindahl-Hirschman

A tabela 11 nos mostra os índices HHI por empresa e por grupo econômico. Como pode ser visto, o mercado segurador brasileiro apresenta baixo HHI, sendo considerado um mercado com baixa concentração até mesmo para o Padrão Europeu, que considera um mercado com baixa concentração aquele que possui HHI abaixo de 1.000 pontos, no caso o Padrão de avaliação de concentração brasileiro, adotado pelo CADE, considera um mercado com baixa concentração aquele com HHI inferior a 1.500 pontos.

**Tabela 11 – HHI do Mercado Segurador Brasileiro por Empresas e por Grupo Econômico, 2018.**

<i>Índice</i>	<i>Por Empresa</i>	<i>Por Grupo Econômico</i>
<i>HHI</i>	370,35	586,19

Fonte: SUSEP, Elaboração Própria

#### 7.3.1 Índice Herfindahl-Hirschman – Aquisição Allianz - Sulamérica, 2018.

Em julho de 2019, a Seguradora alemã Allianz, fez uma oferta para comprar as operações da brasileira SulAmérica nas áreas de Automóveis e Ramos Elementares (seguros que garantem perdas, danos ou responsabilidades sobre objetos ou pessoas, excluindo seguros de vida). No fim de agosto do mesmo ano, a SulAmérica aceitou a proposta da alemã, com isto, a Allianz no Brasil se tornará a segunda maior companhia com 8,77% de participação nos prêmios diretos emitidos pelo mercado, ficando atrás da Porto Seguro, que possui 11,98%, e a frente da Bradesco Auto/Re, que detém 8,72%.

Nos Ramos Elementares, antes da aquisição a Allianz era a 11<sup>a</sup> maior companhia do segmento com participação de 2,97%, após a aquisição ela passará a deter 3,62%, mas

permanecerá na 11ª posição. O maior salto se dará no segmento Automóvel, em que antes da aquisição a Allianz também estava na 11ª colocação com 4,76%, e após passará a deter 13%, ficando na 2ª posição.

A tabela 12 mostra como se comportarão os indicadores de concentração do Ramo Auto após a referida aquisição.

**Tabela 12 – Índices do Ramo Auto Antes e Após a Aquisição Allianz - Sulamérica, 2018.**

	<i>HHI</i>	<i>C<sub>5</sub></i>
<i>Antes</i>	879,25	54,08
<i>Após</i>	957,71	58,85

Fonte: SUSEP, Elaboração Própria

O Ramo Auto apresentará um aumento de 78,46 pontos no HHI, o que provavelmente não gerará efeitos competitivos adversos e, portanto, não requererá uma análise mais detalhada do CADE, e a participação das 5 maiores empresas passará de 54,08% para 58,85%, um aumento de 4,77%.

A tabela 13 nos mostra o comportamento dos indicadores para os Ramos Elementares.

**Tabela 13 – Índices de Ramos Elementares Antes e Após a Aquisição Allianz - Sulamérica, 2018.**

	<i>HHI</i>	<i>C<sub>5</sub></i>
<i>Antes</i>	444,28	38,08
<i>Após</i>	448,14	38,08

Fonte: SUSEP, Elaboração Própria

A aquisição gerará um aumento praticamente insignificante do HHI nos Ramos Elementares, apenas 3,86 pontos.

A tabela 14 apresenta o comportamento do mercado como um todo, após a aquisição.

**Tabela 14 – HHI de Mercado Segurador Brasileiro Antes e Após a Aquisição Allianz - Sulamérica, 2018.**

<i>HHI</i>	<i>Por Empresa</i>	<i>Por Grupo Econômico</i>
<i>Antes</i>	370,35	586,19
<i>Após</i>	389,18	601,96

Fonte: SUSEP, Elaboração Própria

A aquisição não representa potencial de gerar efeitos competitivos adversos, pois apresenta variação de HHI inferior a 100 pontos ( $\Delta\text{HHI} < 100$ ) e o HHI final ainda será inferior a 1000 pontos, e o mercado continuará sendo caracterizado como não concentrado.

A tabela 15 apresenta situações extremas de fusões e/ou aquisições. São cenários que dificilmente se veria na prática, mas que são úteis para exemplificar o quão desconcentrado é o setor de seguros brasileiro.

**Tabela 15 – Simulações de HHI do Mercado Segurador Brasileiro Por Grupo Econômico Após Fusões, 2018.**

<i>Fusão</i>	<i>HHI</i>
<i>Allianz – SulAmérica – Porto</i>	749,44
<i>Allianz – SulAmérica – Porto – Bradesco</i>	1141,63

Fonte: SUSEP, Elaboração Própria

O primeiro cenário apresenta um caso em que a Allianz não somente adquiriria as carteiras Auto e Ramos Elementares da SulAmérica, e sim fundiria com 100% da mesma, além de fundir também com o maior grupo do mercado, o grupo Porto Seguro. O que resultaria para o mercado em um HHI de 749,44 pontos, e mesmo assim o setor de seguros permaneceria sendo considerado não concentrado.

O segundo cenário traz uma situação ainda mais extrema, onde fundiriam Allianz, SulAmérica, Porto Seguro e Bradesco, ou seja, seria uma fusão dos quatro maiores grupos econômicos atuantes no setor de seguros brasileiro. Mesmo após esta vultosa fusão, o setor continuaria sendo considerado não concentrado, apresentando HHI de 1141,63 pontos.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve como objetivo analisar o grau de concentração do mercado de seguros brasileiro. Foram utilizados os valores dos prêmios diretos emitidos pelas companhias seguradoras. Esses dados foram obtidos no Sistema de Estatísticas da SUSEP para o posterior cálculo de Market Share, Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) e Razão de Concentração ( $C_k$ ).

Os resultados do Market Shares mostraram que o mercado segurador brasileiro no ano de 2018 era bastante pulverizado, tanto quando analisamos o mercado por empresas, quanto quando a análise é feita por grupo econômico. Essa constatação pode ser feita também ao observarmos a Razão de Concentração, que nos mostra que as cinco maiores companhias seguradoras em 2019 possuíam apenas 31,46% de participação no mercado. Quando a análise é feita olhando-se para os grupos econômicos, vemos que os cinco maiores detêm 44,15% de fatia do mercado. Os resultados dos cálculos dos índices HHI, por empresa e por grupo econômico, mostram que o mercado segurador brasileiro apresenta baixo HHI, sendo considerado um mercado com baixa concentração.

A análise do mercado fazendo-se uma simulação da aquisição das carteiras de Automóveis e Ramos Elementares da SulAmérica por parte da Allianz, utilizando-se dados de 2018, nos mostrou que a Allianz se tornará a segunda maior companhia com 8,77% de participação nos prêmios diretos emitidos pelo mercado, e que ainda assim o mercado prosseguirá sendo considerado como não concentrado.

O mercado continuaria sendo classificado como não concentrado mesmo quando exposto a situações aberrantes, como no caso de uma fusão dos quatro maiores grupos econômicos atuantes no setor, o que demonstra alto grau de desconcentração do mercado segurador brasileiro corroborando com os pressupostos deste trabalho.

Pesquisas futuras poderão complementar esta análise apoiado com o modelo de Cournot para definir precisamente o poder de mercado e capacidade de determinação de preços de cada companhia seguradora atuante no mercado brasileiro, e posteriormente auferir cálculos para a análise de bem-estar do consumidor para saber a real consequência do nível de concentração deste mercado.

## REFERÊNCIAS

BORELLI, Elizabeth; MONTI, Jardel Marques. **Análise da Aplicabilidade Mercadológica do Seguro Ambiental no Brasil**. XI Ciclo de Debates em Economia Industrial, Trabalho e Tecnologia. 2013. Disponível em: <[http://www.pucsp.br/eitt/downloads/21\\_12\\_10/xi-ciclo-de-debates/xi-ciclo-elizabeth-borelli-jardel.pdf](http://www.pucsp.br/eitt/downloads/21_12_10/xi-ciclo-de-debates/xi-ciclo-elizabeth-borelli-jardel.pdf)>. Acesso em: 25 jun. 2019.

BRASIL. **LEI Nº 556, DE 25 DE JUNHO DE 1850**. Código Comercial, Brasília, DF. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/10556-1850.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/10556-1850.htm)>. Acesso em: 10 abr. 2019.

CABRAL, Luís. **Economia Industrial**. Portugal: McGRAW-HILL, 1994.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA – CADE. **Guia Análise de Atos de Concentração Horizontal**. Brasília, 2016. Disponível em: <[http://www.cade.gov.br/acesso-a-informacao/publicacoes-institucionais/guias\\_do\\_Cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf/view](http://www.cade.gov.br/acesso-a-informacao/publicacoes-institucionais/guias_do_Cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf/view)>. Acesso em 10 Jul. 2019.

COURNOT, Augustin. **Reserches Sur Les Principes Mathématiques de Théorie des Richeses**. 1838. English edition (ed. N. Bacon), *Researches into the Mathematical Principles of the Theory of Wealth*. New York: Macmillan, 1897.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos/9256-indice-nacional-de-precos-ao-consumidor-amplo.html?=&t=downloads>>. Acesso em 7 Ago. 2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – Ipeadata. **Produto interno bruto (PIB) real**. Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br/ExibeSerie.aspx?serid=38414>>. Acesso em 6 Ago. 2019.

MANKIW, N. G.; **Introdução à Economia**: Princípios Básicos de Micro e Macroeconomia. 2. Ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2001.

PINDYCK, ROBERT, S; RUBERFIELD, DANIEL, L. **Microeconomia**. 6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS - SUSEP. **6º RELATÓRIO DE ANÁLISE E ACOMPANHAMENTO DOS MERCADOS SUPERVISIONADOS**. Rio de Janeiro, 2018.

SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS - SUSEP. **A SUSEP**: Apresentação. Disponível em: <<http://www.susep.gov.br/menu/a-susep/apresentacao>>. Acesso em: 15 abr. 2019.

SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS - SUSEP. **Coordenação Geral de Seguros**: DPVAT. Disponível em: <<http://www.susep.gov.br/setores-susep/cgpro/dpvat>>. Acesso em: 16 abr. 2019.

SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS - SUSEP. **Glossário**. Disponível em: <<http://www.susep.gov.br/menu/informacoes-ao-publico/glossario>>. Acesso em: 12 abr. 2019.

SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS - SUSEP. **Início da atividade seguradora no brasil**: história do seguro. 1997. Disponível em: <<http://www.susep.gov.br/menu/a-susep/historia-do-seguro>>. Acesso em: 10 abr. 2019.

SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS - SUSEP. **Resseguros**. Disponível em: <<http://www.susep.gov.br/menuatendimento/Resseguros>>. Acesso em: 16 abr. 2019.

SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS - SUSEP. **Sistema de Estatísticas da SUSEP**. Disponível em: <<http://www2.susep.gov.br/menuestatistica/SES/principal.aspx>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

TUDO SOBRE SEGUROS. **Estrutura de Mercado de Seguros**. Disponível em: <<https://www.tudosobreseguros.org.br/tss-estrutura-de-mercado>>. Acesso em: 22 jun. 2019.

VARIAN, H. **Microeconomia**: princípios básicos, 7<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

WAGNER, R. M; **Economia I**: Apostila. Edição Própria, 2007.