

ESECS-PJ | 2019

4º Estudo Socioeconômico
das Empresas Corretoras de
Seguros – Pessoa Jurídica



ESECS-PJ | 2019

4º Estudo Socioeconômico
das Empresas Corretoras de
Seguros – Pessoa Jurídica




Fenacor

OUTUBRO/2019

PREFÁCIO

AGRADECIMENTOS

A Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros (Fenacor) apresenta a 4ª Edição do Estudo Socioeconômico das Corretoras de Seguros Pessoas Jurídicas (Esecs-PJ), estudo realizado há sete anos, com periodicidade bianual, que tem como propósito acompanhar o desenvolvimento das sociedades corretoras de seguros.

A Federação agradece a todos os sócios de Corretoras de Seguros que responderam espontaneamente ao questionário, contribuindo, assim, para traçar o perfil e desenho do futuro da categoria.

Agradecimentos especiais à ENS e aos presidentes dos Sindicatos de Corretores de Seguros (Sincors), pelos esforços de divulgação e incentivo à participação dos Corretores de Seguros em seus respectivos estados.

A Fenacor também exalta a dedicação do grupo de trabalho responsável pela elaboração do 4º Esecs-PJ, seguindo as orientações da diretoria Executiva da Federação. ■

Boa Leitura!

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 CENÁRIO ECONÔMICO	11
3 AMOSTRA DA PESQUISA	19
4 ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO	23
5 1ª PARTE – SITUACIONAL - PERFIL DA CORRETORA	25
6 2ª PARTE – INSTITUCIONAL	29
7 3ª PARTE – ASPECTOS MERCADOLÓGICOS OU COMERCIAIS	33
8 CONCLUSÕES	39

1 | INTRODUÇÃO

Antes de apresentar o conteúdo das informações obtidas na quarta edição do Esecs-PJ, faz-se necessário realizar uma retrospectiva, resumida, das edições anteriores.

Na primeira edição¹, em 2013, os resultados do Esecs-PJ subsidiaram a Fenacor na definição das estratégias para a inclusão das empresas Corretoras de Seguros no Simples Nacional, um ganho tributário extremamente relevante para a categoria.

O segundo estudo,² lançado em 2015, buscou conhecer, entre outros aspectos, os efeitos que esta inclusão produziu nas sociedades Corretoras de Seguro, confirmando o sucesso daquela conquista histórica para o segmento.

A terceira edição,³ de 2017, teve como objetivo apontar como as sociedades Corretoras de Seguros estavam conduzindo seus negócios e o relacionamento com os clientes nesta "era digital".

Em 2019, o estudo objetiva conhecer comportamentos comerciais e estratégicos das Corretoras de Seguros e avaliar o grau de conhecimento de atuação da Fenacor em defesa da categoria representada.

¹Ver: <<http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/ESECS-PJ2013.pdf>>.

²Ver: <http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/esecs_pj_2015.pdf>.

³Ver: <<http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/ESECS-PJ2017.pdf>>.

Em decorrência da riqueza e da especificidade do conteúdo, esta edição do Esecs-PJ constitui-se como um texto atraente para os diversos públicos, Sociedades Corretoras e Corretores de Seguros, Seguradoras, Sindicatos de Corretores de Seguros, Prestadores de Serviços, Consultorias, Reguladores e demais Entidades, que atuam no mercado de seguros, com objetivos distintos, porém convergentes.

Em termos operacionais, a metodologia adotada pelo Grupo de Trabalho foi o de segmentar o estudo em três partes.

- **1ª parte do estudo – situacional:** perfil da sociedade corretora, com o objetivo de dimensionar o porte de cada uma das respondentes, faixas de faturamento, geração de empregos e segmentação de atuação.
- **2ª parte do estudo – institucional:** percepção da atuação e do relacionamento com a Federação e atualização profissional.
- **3ª parte do estudo – aspectos mercadológicos ou comerciais:** posicionamento, expectativas e atuação. ■

Aproveitem e boa leitura.

2 | CENÁRIO ECONÔMICO

Antes de entrar propriamente no conteúdo do estudo Esecs-PJ, é oportuno, em caráter introdutório, fazer uma análise econômica dos dados do país nos últimos anos.

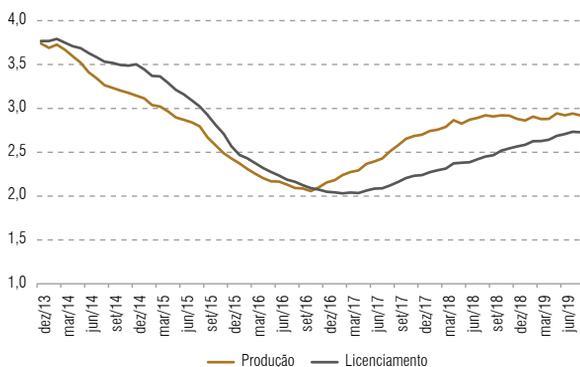
Um exemplo dessa situação é avaliar a trajetória da taxa de desemprego (PNAD) nesse período, quando passou de um patamar de 7% para quase 14%, de 2015 para 2017. Esse fenômeno foi resultante da própria diminuição do crescimento da economia brasileira. Em 2015 e 2016, as variações do PIB foram negativas, em quedas de mais de 3% em cada ano. Em 2017 e 2018, as variações foram positivas, mas ainda modestas, em torno de 1% em cada ano. Como era esperado, o mercado de seguros sentiu esse impacto, embora de forma não homogênea e em uma intensidade menor.

GRÁFICO 1 | TAXA DE DESEMPREGO (PNAD) (%)



A partir de meados de 2017, houve o início da recuperação de algumas variáveis, mas ainda de forma tímida. O segmento da indústria automobilística, por exemplo, começou a melhorar, conforme o gráfico a seguir, que mostra o licenciamento e a produção de veículos, em valores acumulados móveis em 12 meses. Apesar da melhora, os valores ainda não atingiram o patamar do início dessa década. *Nesse momento, as taxas desse setor têm crescido em torno de 10%, o melhor resultado em cinco anos.*

**GRÁFICO 2 | VEÍCULOS NO PAÍS – ACUMULADO MÓVEL
12 MESES - MILHÕES**



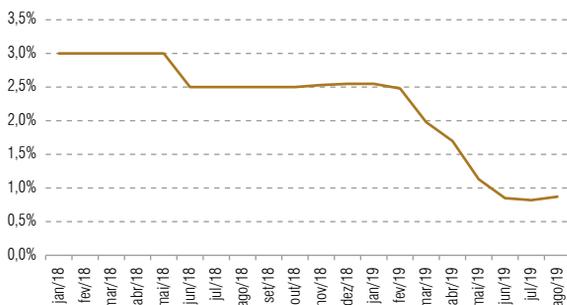
Esse desempenho, contudo, foi um caso isolado. Segundo o IBGE, tanto em 2017 quanto em 2018, o crescimento da economia ficou em 1,1%. No final do ano passado, em valores correntes, o PIB alcançou R\$ 6,8 trilhões. Já a renda per capita praticamente ficou estagnada, com ligeiro avanço de 0,3%, para R\$ 32,7 mil.

"A previsão de crescimento da economia de até 3% em 2019

vem sendo revista por analistas e pelo próprio Governo, oscilando em torno de 1% no fim de setembro."

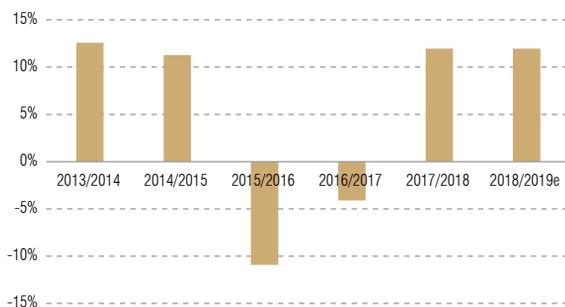
No último trimestre de 2018, a taxa de desemprego atingiu 11,6%, com recuo de apenas 0,2 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2017. A eleição de um novo governo foi um fator a incentivar tal comportamento. Entretanto, à medida que o ano de 2019 foi transcorrendo, infelizmente, parte dessa expectativa favorável arrefeceu, principalmente em razão do ritmo mais lento para a aprovação das reformas. Assim, a previsão de crescimento da economia de até 3% em 2019 vem sendo revista por analistas e pelo próprio Governo, oscilando em torno de 1% no fim de setembro. Assim, a expectativa de crescimento na economia continua, mas sem a mesma intensidade esperada. Um bom exemplo é o gráfico a seguir, conforme as previsões do Boletim Focus, que retrata essa situação.

GRÁFICO 3 | PREVISÕES MÉDIAS DE MERCADO PARA 2019 - PIB



Apesar das dificuldades econômicas já mencionadas – desemprego, PIB etc. –, o segmento de seguros, de forma resiliente, continuou com avanços. Em 2019, podemos citar dois pontos positivos que justificam essa avaliação. Primeiro, há recuperação nas margens de rentabilidade agregadas nas seguradoras. Esse movimento teve início em 2018 e tem continuado em 2019. Isso dá certo alívio para o segmento. O gráfico a seguir representa essa situação.

GRÁFICO 4 | VARIAÇÃO % LUCRO LÍQUIDO - SEGURADORAS



O segundo aspecto é o próprio crescimento dos prêmios do setor, com efeito direto na venda das corretoras de seguros. A tabela a seguir mostra a variação de receita de prêmios no mercado de seguros nos últimos dois anos (2017 e 2018). Nas referências, existem informações de mais anos.^{4 5}

⁴Dados de 2018 extraídos de <https://www.sincor.org.br/wp-content/uploads/2019/05/ranking_das_seguradoras_2018.pdf>.

⁵Dados de 2017 podem ser extraídos de <<http://ratingdeseguros2.hospedagemdesites.ws/wp/wp-content/uploads/2018/06/rankbra1217a.pdf>>.

TABELA 1 | PRÊMIOS DE SEGUROS – 2017 E 2018

R\$ MILHÕES	2018	2017	VAR. %
Automóvel	35.804	34.692	3,2%
Patrimonial	14.721	13.669	7,7%
Pessoas	41.670	38.199	9,1%
Saúde	42.503	39.058	8,8%
Riscos Financeiros	4.272	3.911	9,2%
Transportes	3.556	3.109	14,4%
Demais	11.892	10.990	8,2%
Total 1	154.418	143.628	7,5%
DPVAT	4.669	5.930	-21,3%
Total 2	159.088	149.558	6,4%
VGBL	97.635	106.654	-8,5%
PGBL	9.772	10.181	-4,0%
Total 3	266.495	266.393	0,0%

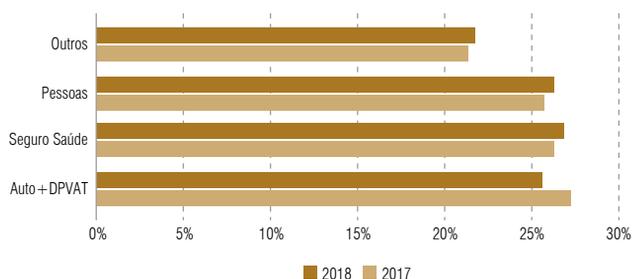
“A realidade do mercado brasileiro está cada vez mais próxima ao que se vê no exterior, principalmente em países desenvolvidos. ”

Assim, temos que, em 2018, o faturamento das seguradoras – em produtos somente de risco e excluindo o DPVAT – alcançou o montante de R\$ 154,4 bilhões, com uma variação de 7,5% em relação ao ano anterior, superando as taxas de inflação. Se considerarmos o seguro obrigatório DPVAT, que sofreu ajustes negativos no período, o montante sobe para R\$ 159,1 bilhões, com uma variação de 6,4%, ainda uma variação positiva. Lembramos que o IPCA, em 2018, foi de 3,7%. Para 2019, a previsão é de que o mercado de seguros poderá encerrar com um avanço de dois dígitos, o que se refletirá nos ganhos dos corretores de seguros.

Além disso, a realidade do mercado brasileiro está cada vez mais próxima ao que se vê no exterior, principalmente em países desenvolvidos, nos quais há uma consciência maior sobre a necessidade de se garantir a vida, a saúde e o futuro, recorrendo à proteção do seguro e da previdência complementar.

No gráfico a seguir, verificamos a proporção da distribuição dos ramos de seguros, em que se destacam as evoluções dos seguros saúde e pessoas, já liderando tal segmento. O principal fator de queda do seguro de automóvel foi derivado do próprio comportamento da indústria automobilística no país, conforme mencionado anteriormente. Por exemplo, em 2013, o país licenciava 3,8 milhões veículos por ano. Em 2018, esse valor passou para 2,6 milhões. Uma queda de 30%. Além desse aspecto, outros pontos podem ser destacados para explicar tal mudança, como um novo comportamento do consumidor, carros compartilhados, transportes urbanos, violência urbana etc.

GRÁFICO 5 | PARTICIPAÇÃO DOS RAMOS DE SEGUROS



Conforme já mencionado, o segmento de seguros, apesar do cenário complexo, continua avançando, tendo no corretor de seguros uma presença importante nesse processo.

Assim, o novo contexto que se apresenta, tanto pelo comportamento distinto do consumidor quanto pelo avanço da tecnologia, tem reflexos diretos na distribuição de seguros, como se verá ao longo deste estudo. ■

3 | AMOSTRA DA PESQUISA

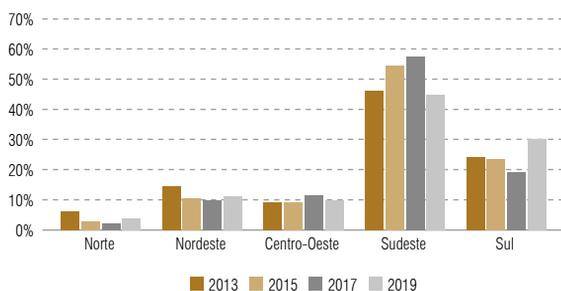
Responderam ao 4º Esecs-PJ 1.435 (mil quatrocentos e trinta e cinco) sociedades corretoras de seguros, distribuídas conforme tabela a seguir.

TABELA 2 | DISTRIBUIÇÃO DAS RESPOSTAS – 4º ESECS-PJ

REGIÃO	QUANTIDADE DE PJs SUSEP	N.º DE RESPOSTAS	% EM RELAÇÃO AO TOTAL DE RESPOSTAS	% POR REGIÃO
Centro-Oeste	3.166	142	10%	4%
Nordeste	4.403	162	11%	4%
Norte	1.061	55	4%	5%
Sul	7.831	435	30%	6%
Sudeste	27.840	641	45%	2%
TOTAL	44.301	1.435	100%	–

O gráfico a seguir aponta a evolução da origem das respostas das Corretoras de Seguros, segundo a região do participante. A região Sudeste, por concentrar o maior número de empresas Corretoras de Seguros, apresenta uma participação importante, porém, quando analisamos as respostas das demais regiões, verificamos crescimento na participação das regiões Sul, Norte, Nordeste e Centro-Oeste, o que contribuiu de forma diferenciada com o estudo atual.

GRÁFICO 6 | ORIGEM DAS RESPOSTAS – CORRETORAS – PROPORÇÃO



Para o cálculo da significância do estudo, admitiu-se erro amostral tolerável de 2,6% nos resultados, ou seja, que os parâmetros populacionais em estudo se distanciem no máximo 2,6%, para mais ou para menos, em relação às estimativas estatísticas obtidas. É estabelecida, dessa forma, uma probabilidade de acerto (nível de confiança) de 95% para as estimativas estatísticas a serem obtidas.⁶ Essas condições são consideradas satisfatórias para o estudo em questão.

Assim, inicialmente, há o tamanho mínimo “ n_0 ” da amostra aleatória simples para que tenhamos esse grau de precisão, considerada uma primeira aproximação para o cálculo das entrevistas necessárias:

⁶Metodologia e fórmulas retiradas de “Análise a respeito do tamanho de amostras aleatórias simples: Uma aplicação na área de Ciência da Informação”, de Ely Francina Tannuri de Oliveira e Maria Cláudia Cabrini Grácio. *Revista de Ciência da Informação* - v.6, n.3, jun/05.



Amostra da pesquisa

1.435 sociedades corretoras de seguros

$$n_0 = 1 / (2,6\%)^2 = 1.480 \text{ entrevistas.}$$

No cálculo, ajustamos adicionalmente o tamanho da amostra necessária em função de toda a população, ou seja, $N = 30$ mil (estimativa da quantidade de empresas Corretoras de Seguros, após o cadastramento).

A partir daí, usamos a fórmula do tamanho da amostra necessária para cumprirmos os parâmetros exigidos:

$$n \text{ (amostra necessária)} = (n_0 \times N) / (n_0 + N)$$

Assim, considerando os números do mercado de Corretagem de Seguros, temos:

$$n = (1.480 \times 30.000) / (1.480 + 30.000) = 1.410 \text{ entrevistas}$$

A amostra obtida (1.435 entrevistas) foi maior que essa quantidade. Logo, foi possível considerar que os resultados obtidos são estatisticamente consistentes. ■

4 | ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO

Segmentado por três partes para análise, o estudo se distribuiu em:

- **1ª parte do estudo** – *situacional*: perfil da sociedade corretora, com o objetivo de dimensionar o porte de cada uma das respondentes, faixas de faturamento, geração de empregos e segmentação de atuação.
- **2ª parte do estudo** – *institucional*: percepção da atuação e relacionamento com a Federação e a atualização profissional.
- **3ª parte do estudo** – *aspectos mercadológicos ou comerciais*: posicionamento, expectativas e atuação.

Nos próximos capítulos, cada uma dessas áreas é analisada separadamente. ■

5 | 1ª PARTE

Situacional – *Perfil da Corretora*

Com o objetivo de conhecer e dimensionar o porte das Sociedades Corretoras de Seguros, mantivemos nesta edição as perguntas referentes a: a) volume de prêmios; b) quantidade de funcionários empregados; c) ramos de atuação X distribuição de prêmios; d) investimento em tecnologia.

TABELA 3 | DISTRIBUIÇÃO DOS PRÊMIOS – CORRETORAS DE SEGUROS

PRÊMIOS DE SEGUROS	2016	2018
Até R\$ 500 mil	50%	45%
De R\$ 501 mil a R\$ 1.000 mil	16%	19%
De R\$ 1.001 mil a R\$ 3.500 mil	18%	16%
De R\$ 3.501 mil a R\$ 7.000 mil	6%	7%
Acima de R\$ 7.001 mil	10%	13%
Total	100%	100%

Observa-se, na tabela 3, que aproximadamente metade das sociedades corretoras de seguros (45% em 2018 e 50% em 2016) concentra a distribuição de prêmios, na faixa de até R\$ 500 mil reais por ano ou aproximadamente R\$ 42 mil reais por mês. Portanto, este é um setor caracterizado por ter uma grande quantidade de pequenas e microempresas.⁷

⁷Usamos a definição mais comum de pequena ou microempresa (<https://pt.wikipedia.org/wiki/Microempresa>).

Se considerarmos uma taxa média de comissão de 15%, isso projetaria um faturamento de até R\$ 75 mil por ano. No extremo oposto, 13% das empresas em 2018 e 10% em 2016 geraram anualmente mais que R\$ 7 milhões em prêmios, projetando, no mínimo, R\$ 1 milhão de receita de corretagem por ano.

TABELA 4 | QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS – CORRETORAS DE SEGUROS

FUNCIONÁRIOS	2016	2018
1	21%	20%
De 2 a 3	45%	44%
De 4 a 7	24%	24%
De 8 a 17	8%	8%
De 18 a 25	1%	1%
Acima de 25	2%	2%
Total	100%	100%
Média (Funcionários)	4,2	4,3

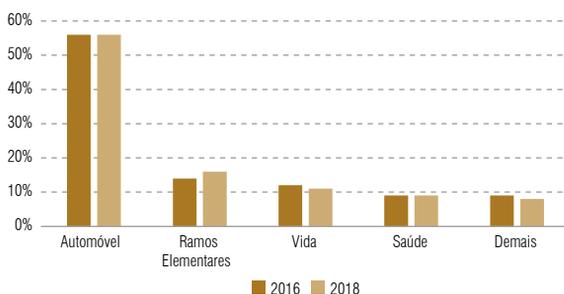
Quanto a número de funcionários, 20% das Corretoras de Seguros são compostas pelo próprio corretor. Em média, cada corretora emprega quatro funcionários. Considerando que, após o recadastramento, segundo cálculo demonstrado na "Amostra da Pesquisa" (item 3 do 4º Esecs), existam 30 mil corretoras de seguros Pessoas Jurídicas com quatro pessoas trabalhando (incluindo o corretor) e considerando ainda a soma de 50 mil corretores Pessoas Físicas, pode-se afirmar que estão sendo gerados 150 mil empregos diretos em tal setor.

$$\text{Empregos Diretos} = (30 \text{ mil} \times 4) + (50 \text{ mil} - 20 \text{ mil}) = 150 \text{ mil.}$$

TABELA 5 | DISTRIBUIÇÃO DOS PRÊMIOS – CORRETORAS DE SEGUROS

PRÊMIOS (%)	2016	2018
Automóvel	56%	56%
Ramos Elementares	14%	16%
Vida	12%	11%
Saúde	9%	9%
Demais	9%	8%
Total	100%	100%

GRÁFICO 7 | EVOLUÇÃO DA CARTEIRA - PRÊMIOS



Ao analisar os dados da tabela 5 e do gráfico 7, podemos concluir que os hábitos de consumo e de uso se modificaram, o carro compartilhado é uma realidade, os aplicativos de transporte se popularizaram, novas Leis chegaram trazendo mudanças importantes para os consumidores de seguros de automóveis, auto popular, Lei de Desmonte; no entanto, os reflexos dessas mudanças ainda não são percebidos na concentração da distribuição de prêmios, ainda expressiva no ramo de automóveis, que concentra 56%.

Destacamos, ainda, o crescimento de 2 pontos percentuais na distribuição de Ramos Elementares, a manutenção da concentração de distribuição em Saúde e a flutuação de 1 ponto percentual na distribuição de Vida.

Na tabela 6, avaliamos as corretoras com perfil concentrado em Saúde e Vida. Pelos números, 6% da amostra de empresas têm 45% (ou mais) dos seus prêmios vindos do ramo de saúde. Em vida, esse número é quase similar, de 5%. Isto é, podemos dizer que 10 a 15% das empresas Corretoras de Seguros se especializaram na distribuição desses produtos.

TABELA 6 | ESPECIALISTAS EM VIDA OU SAÚDE – CORRETORAS DE SEGUROS

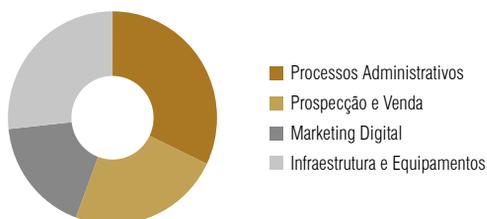
ESPECIALISTAS (Participação > 45%)	2016	2018
Saúde	6%	6%
Vida	5%	5%

Finalizando a primeira parte do 4º Esecs-PJ, perguntamos qual o percentual de investimentos em tecnologia da empresa.

Nas respostas, para simplificar, havia quatro opções possíveis: processos administrativos, prospecção e vendas, marketing digital, infraestrutura e equipamentos. Embora os valores estejam relativamente bem equilibrados, processos administrativos (32% da amostra) e infraestrutura (27%) se destacam nas respostas.

A seguir, temos o gráfico representando as respostas das companhias.

GRÁFICO 8 | INVESTIMENTOS EM TECNOLOGIA



6 | 2ª PARTE

Institucional

Proximidade e representatividade foram os conceitos que nortearam as perguntas dessa 2ª parte do 4º Esecs-PJ, a fim de mensurar a aderência aos canais de comunicação (Site, Facebook e Twitter), a proximidade com as Entidades representativas da categoria e o reconhecimento e respeito ao código de ética.

Muito mais abrangentes que a quantificação das respostas foram as reflexões obrigatórias que surgiram sobre a preferência pelo canal de comunicação oficial, o site de internet, no qual a Federação procura publicar com regularidade conteúdos de interesse e de atualização legislativa e de suas ações de representação em defesa da categoria. Outro ponto de reflexão é questionar se as sociedades corretoras entendem como importante ter perfil em redes sociais, já que o percentual de respostas “não” e “desconheço” teve valor importante na análise. Esses dados nos levam a refletir também se as próprias sociedades corretoras possuem presença nas redes sociais e se as entendem como mais um canal de prospecção de clientes.

“Quase 30% das Corretoras de Seguros da amostra

desconhecem a existência de um Código de Ética.”

TABELA 7 | RELAÇÃO INSTITUCIONAL – CORRETORAS DE SEGUROS

VARIÁVEL	SIM	NÃO	DESCONHEÇO	TOTAL
Utiliza o Facebook da Fenacor	34%	48%	18%	100%
Utiliza o Site da Fenacor	50%	44%	6%	100%
Utiliza o Twitter da Fenacor	8%	79%	13%	100%
Filiada ao Sindicato	61%	37%	2%	100%
Associada ao Ibracor	16%	74%	10%	100%
Aderiu ao Código de Ética	51%	21%	28%	100%

Dando continuidade à análise, 60% das corretoras são filiadas ao sindicato e praticamente não existe desconhecimento sobre a existência da Entidade Sindical e de sua importância. Em seguida, em termos de participação, temos a aderência ao Código de Ética, com 50% do total da amostra e, por fim, a associação ao Instituto Brasileiro de Autorregulação do Mercado de Corretagem de Seguros, de Resseguros, de Capitalização e de Previdência Complementar Aberta (Ibracor). Um ponto a destacar é que quase 30% das Corretoras de Seguros da amostra desconhecem a existência de um Código de Ética.

QUADRO 1 | INICIATIVAS POLÍTICAS DA FENACOR

INICIATIVAS POLÍTICAS DA FENACOR
Projeto Soat, de reformulação do seguro obrigatório de automóvel (atual DPVAT).
Combate à proteção veicular, com campanhas jurídica, parlamentar e na mídia.
Parceria no desenvolvimento de aplicativos para as corretoras (aplicativos de gestão, prospecção, vendas etc.).
Qualificação/atualização e <i>networking</i> por meio da realização de Congressos e Seminários (regionais e nacional).

TABELA 8 | OPINIÃO SOBRE AS INICIATIVAS

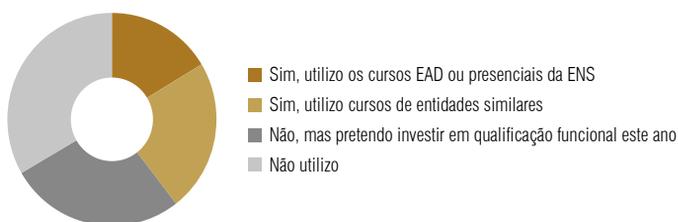
	MI	IM	PI	NI	NSR	TOTAL
Projeto Soat	37%	36%	5%	2%	20%	100%
Combate à proteção veicular	75%	17%	3%	1%	5%	100%
Desenvolvimento de aplicativos	54%	32%	6%	2%	6%	100%
Realização de Congressos e Seminários	45%	42%	7%	1%	5%	100%

Crítérios: MI: Muito Importante; IM: Importante; PI: Pouco Importante; NI: Não é Importante; NSR: Não Sei Responder.

Dentre as ações de representação e defesa da categoria, a Fenacor destacou as iniciativas mostradas na tabela 8 para avaliar sua atuação junto às Sociedades Corretoras. O resultado não poderia ser mais satisfatório: pôde-se comprovar a abrangência e o conhecimento das ações da Federação, e as ações que as Sociedades Corretoras consideram relevantes e decisivas e que poderão fomentar a continuidade da atuação da Fenacor. Destaque para as ações de combate à proteção veicular, que, a cada quatro corretoras, três acham tal ação muito importante.

Outro fator relevante no estudo foi a oportunidade para avaliar a relação das Corretoras de Seguros com a ENS ou com outras entidades de ensino similares. A pergunta foi se a Corretora de Seguros pratica a qualificação e a educação continuada do seu quadro de funcionários. Nas respostas, foram oferecidas quatro opções, e os resultados estão mostrados no gráfico a seguir.

GRÁFICO 9 | POSIÇÃO COM RELAÇÃO AOS CURSOS DA ENS



Algumas conclusões importantes podem ser obtidas a partir de tais números. Um primeiro ponto é que, neste momento, 60% das Corretoras de Seguros não têm realizado curso em nenhuma entidade, embora a metade desse grupo de 60% diga que pretende fazê-lo nos próximos 12 meses.

No lado oposto, 40% das Corretoras de Seguros realizaram algum curso ou alguma forma de treinamento. Do total das Corretoras de Seguros entrevistadas, apenas 16% delas fazem curso e também utilizam a grade de cursos da ENS. ■

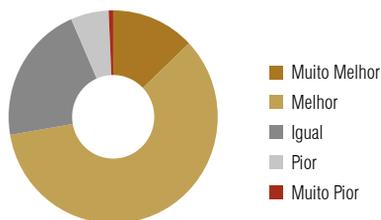
7 | 3ª PARTE

Aspectos Mercadológicos ou Comerciais

O último tópico do estudo procurou conhecer a opinião das Corretoras de Seguros sobre aspectos mercadológicos, comerciais e estratégicos do setor.

Assim, buscamos perguntar quais as expectativas de vendas das empresas para o ano de 2020. Lembramos que uma abordagem análoga já é realizada no cálculo do Índice de Confiança do Setor de Seguros (ICSS),⁸ material divulgado mensalmente pela Fenacor.^{9 10}

GRÁFICO 10 | EXPECTATIVAS DE VENDAS EM 2020



⁸ Só para apresentar um pequeno resumo, tal indicador mensal mede a confiança do setor de seguros no Brasil. Em todo final de mês, são enviadas perguntas simples, de múltipla escolha, em que as empresas dizem sobre o que esperam que aconteça nos próximos seis meses, com relação a algumas variáveis relevantes do setor. No seu cálculo, o indicador leva em conta três aspectos: economia brasileira, faturamento e rentabilidade de cada um dos setores citados. A partir dessas informações, e após cálculos estatísticos, é definido esse índice, cujo valor varia de 0 a 200. O número 100, que divide o índice ao meio, sinaliza que a expectativa atual é que a situação permaneça a mesma no futuro. Podemos afirmar que, quanto maior esse valor, mais otimista está o segmento, e vice-versa.

⁹Ver: <<http://www.fenacor.org.br/download/artigoteoricoICES.pdf>> .

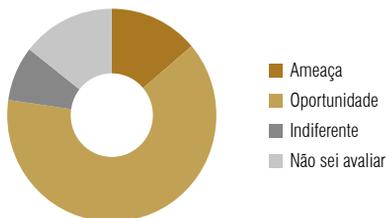
¹⁰Ver: <<http://www.fenacor.org.br/download/ICSSago2019.pdf>> .

O gráfico mostra que aproximadamente 70% das empresas Corretoras de Seguros acreditam que as suas vendas serão melhores ou muito melhores em 2020.

O estudo também avaliou a opinião das Corretoras sobre as inovações que as "insurtechs"¹¹ trazem. O termo *insurtech* foi cunhado do inglês *insurance* + *Technologies* e engloba diversos assuntos, como marketing e distribuição; análise de dados para melhorar a subscrição; aplicação de inteligência artificial; aprimoramento no gerenciamento de sinistros etc.

Nesse sentido, procuramos entender como a inovação influenciaria a atuação do corretor de seguros. Os resultados estão mostrados no gráfico a seguir, confirmando mais uma vez a visão otimista das Corretoras de Seguros. No total, 65% das empresas vislumbram inovação como oportunidade de negócios, e apenas 15% a percebem como ameaça.

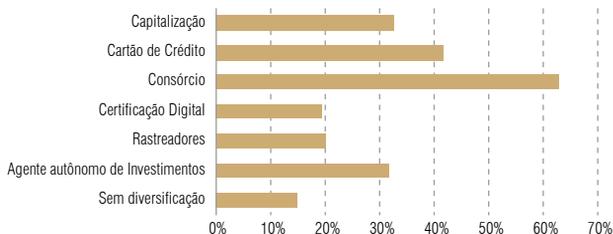
GRÁFICO 11 | CENÁRIO COM INSURTECH



¹¹Mais detalhes do assunto em <https://insuranceblog.accenture.com/the-top-10-insurtech-deals-of-2018?c=acn_glb_insuranceblogexacttarget_10940111&n=emc_0419&emc=2544308;emc-050119>.

Quanto à atuação das Corretoras, perguntamos qual a receptividade à diversificação de comercialização (oferta de outros produtos) em seus negócios a partir da utilização de sua própria carteira de clientes. Na amostra, temos que 15% das empresas informaram que não pretendem fazer nenhuma diversificação, apesar da possibilidade financeira que tal estratégia poderia proporcionar.

GRÁFICO 12 | INTERESSE EM COMERCIALIZAR ESSES PRODUTOS



De 85% das empresas que poderiam diversificar, as visões são distintas, dependendo do produto. Por exemplo, em primeiro lugar, foi citado o consórcio. Do total existente de entrevistas, 60% das empresas responderam que teriam interesse em comercializar tal produto. Já em rastreadores, por exemplo, em sentido oposto, o percentual baixa para 20%.

Quanto à realização de investimentos, destacamos que 18% das empresas disseram que não farão nenhum tipo de investimento nos próximos dois anos. Investigamos o grupo de 82% das empresas que planejam fazê-lo e as conclusões estão expostas na tabela a seguir.

TABELA 9 | INVESTIMENTOS NOS PRÓXIMOS DOIS ANOS – % OPÇÕES 1 E 2

INVESTIMENTOS	OPÇÃO 1	OPÇÃO 2
Em tecnologia	45%	19%
Em contratação de pessoas	16%	32%
Em treinamento para a equipe	14%	38%
Em expansão física	25%	11%

A tabela 9 mostra o percentual de respostas nas opções 1 e 2 das corretoras que pretendem fazer investimentos. Essas são as duas opções mais importantes. Assim, temos que 45% delas disseram que a prioridade “número um” será investir em tecnologia. Pela amostra, das corretoras que pretendem fazer investimentos, 25% delas também pensam em alguma expansão física nos próximos dois anos.

Por fim, procuramos avaliar a opinião das Corretoras sobre a importância que determinados assuntos têm (ou terão) no seu dia a dia.

TABELA 10 | ASSUNTOS MAIS IMPORTANTES – % OPÇÕES 1 E 2

ASSUNTOS	OPÇÃO 1	OPÇÃO 2
Venda Direta	61%	28%
Comparativo de Preços	35%	50%
Associação de Seguros	27%	28%
Vendas <i>on-line</i>	51%	33%

Como era esperado, tudo que envolve venda, nas suas diversas formas (direta ou *on-line*), ganha relevância máxima para as Corretoras de Seguros, além de ações relacionadas a como sensibilizar o consumidor sobre a importância e a necessidade de ter um seguro.

A seguir, temos a distribuição das respostas nesses assuntos.

GRÁFICO 13 | IMPORTÂNCIA DA VENDA DIRETA

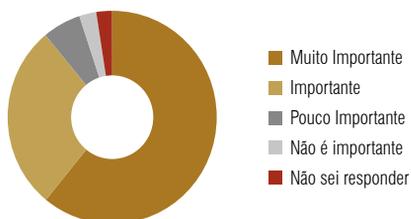
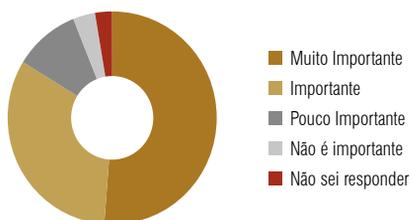


GRÁFICO 14 | VENDAS *ON-LINE*



Vemos que 61% dos entrevistados acham que o tema “Venda Direta” é muito importante na realidade das Corretoras de Seguros.

8 | CONCLUSÕES

A seguir, apresentamos tabelas com as conclusões principais, a partir da pesquisa realizada.

Na tabela 11, o perfil das empresas.

TABELA 11 | PERFIL DAS CORRETORAS

CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS
Preponderância de atuação de pequenas e microempresas.
65% das empresas têm até quatro funcionários.
56% dos seus prêmios vêm do ramo automóvel.
Em geral, quanto menor a corretora, maior a participação do automóvel.
10 a 15% das empresas são especializadas em vida ou saúde.
As corretoras geram 150 mil empregos diretos.
Investimentos em tecnologia concentrados em processos administrativos e infraestrutura.

Já a tabela 12 indica a relação institucional das corretoras com alguns assuntos do mercado, a partir das informações da amostra. Nesse caso, quatro tópicos foram ressaltados.

TABELA 12 | RELAÇÃO INSTITUCIONAL

CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS
50% das Corretoras consultam o site da Fenacor.
As iniciativas políticas da Fenacor foram elogiadas e a que mais agrada é o combate à proteção veicular.
50% a 60% das corretoras são filiadas ao Sindicato ou ao Código de Ética.
40% das Corretoras realizaram algum curso nos últimos 12 meses.

O último item avalia a estratégia das Corretoras de Seguros, e também quatro assuntos. As informações estão na tabela 13.

TABELA 13 | ASPECTO COMERCIAL

CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS
Há otimismo das corretoras com o futuro de seus negócios e com as novas tecnologias.
85% das corretoras têm interesse em vender outros produtos, além de seguro. Consórcio é o mais popular.
20% das empresas não pretendem fazer nenhum investimento nos próximos dois anos. No caso de ele ocorrer, isso será prioritariamente em tecnologia.
Tudo que envolve o assunto “venda” ganha relevância máxima para as Corretoras de Seguros.

Realização:



Apoio:



w w w . f e n a c o r . o r g . b r