Sincor SP

Sindicato de Empresários e Profissionais Autônomos da Corretagem e da Distribuição de Seguros do Estado de São Paulo

avatec

AUTOAVALIAÇÃO DAS CORRETORAS DE SEGUROS EM TECNOLOGIA 2020

01 INTRODUÇÃO 4

02 ASPECTOS TEÓRICOS 6

03 METODOLOGIA USADA 8

04 AMOSTRA DO ESTUDO 14

05 RESULTADOS OBTIDOS 16

06 CONCLUSÃO 34

01 Introdução

O objetivo principal deste estudo é fazer uma análise do nível tecnológico das corretoras de seguros, tomando como base a pesquisa realizada pelo Sincor-SP no primeiro semestre de 2020.

Inicialmente, o estudo foi exclusivo de participação para as empresas localizadas no Estado de São Paulo. Posteriormente, pela manifestação de interesse de outras localidades, a pesquisa foi ampliada para todo o País.

Esta é a primeira vez que AVATEC 2020 (Autoavaliação das Corretoras de Seguros em Tecnologia) é realizada, possibilitando às corretoras uma melhor avaliação de seus negócios.

Em termos didáticos, tal texto foi dividido em seis capítulos, incluindo essa introdução.

No capítulo 2, falamos brevemente sobre alguns aspectos teóricos ligados à tecnologia no mercado de seguros, situação que ganhou mais relevância pela pandemia da Covid-19, ocorrida neste ano.

No capítulo 3, são pontuados os critérios usados na pesquisa, com a explicação da existência de cada uma das perguntas. Ao todo, foram 10 perguntas, abordando diversos aspectos relativos à realidade das corretoras de seguros. Ao final de cada pesquisa, tivemos uma pontuação que avaliou o nível tecnológico total das empresas, número obtido em função das respostas das corretoras. Assim, elas próprias puderam entender a sua situação atual. Por isso, a escolha do nome do estudo como “autoavaliação”.

No capítulo 4, tivemos a análise da amostra, com os dados do Estado de São Paulo e de outros Estados, com a avaliação da sua consistência estatística. Mais de 900 empresas participaram do estudo, o que fortaleceu as conclusões. As informações individuais das empresas não foram divulgadas, como tem sido a prática em trabalhos desse tipo.

No capítulo 5, o mais longo de todos, apresentamos a análise detalhada dos resultados. Esse capítulo foi dividido em diversos itens, um específico para cada pergunta e, ao final, uma avaliação da pontuação média do setor, em termos tecnológicos, além de uma avaliação específica dos efeitos dos tamanhos das empresas no cálculo da AVATEC. Por fim, no capítulo 6, as conclusões principais.

Nesse momento, não podemos deixar de agradecer o apoio de todas as corretoras de seguros que prestigiaram o estudo com suas respostas e de vários profissionais, pelas inúmeras observações e comentários, antes e depois da conclusão do texto.

02 Aspectos Teóricos

Em qualquer estudo econômico que se publique neste ano – e, talvez, nos próximos -, um assunto obrigatório são os efeitos da pandemia do novo coronavírus na sociedade em seus vários aspectos, alguns já até acontecendo. Neste momento, existem algumas bibliografias1 2 3 4 sobre o que pode acontecer em um cenário pós-pandemia, em termos gerais ou, especificamente, falando do mercado de seguros.

A seguir, um resumo com algumas considerações:

• A distância está de volta. Com as restrições à locomoção entre países, tal evento pode ser considerado com um revés à globalização.

• Ser eficiente é ser resiliente. As empresas que terão mais sucesso serão aquelas mais resilientes, ou seja, as que possam ter condições e capacidades mínimas de trabalho nos seus mais adversos cenários.

• O crescimento da economia sem contato. Setores econômicos em que não haja contato sairão fortalecidos, como comércio eletrônico, telemedicina e automação.

• Fortalecimento do Governo nas economias, com, por exemplo, o crescimento dos sistemas públicos de saúde.

• Mudança na estratégia das empresas. Alguns acreditam que o lucro pode não ser mais o único valor corporativo nas empresas. Outros aspectos devem ser também considerados, como investir em funcionários, apoiar comunidades e o desenvolvimento de ética.

• Mudança nos comportamentos da sociedade. No caso do setor de seguros e previdência, a ideia é que haverá maior propensão pela compra de tais produtos, em um efeito de substituição a outros ativos. O seguro passou a ser considerado um bem mais importante, com o aumento de interesse do consumidor.

[1]**Covid-19: Learn from history to address the current outbreak**
Disponível em https://www.iii.org/insuranceindustryblog/covid-19-learn-from-history-to-address-the-current-outbreak/

[2]**The Impact of COVID-19 on P/C Insurance**
Disponível em https://www.iii.org/sites/default/files/docs/pdf/naic-covid19_03202020.pdf

[3]**The future is not what it used to be: Thoughts on the shape of the next normal**
Disponível em https://www.mckinsey.com/featured-insights/leadership/the-future-is-not-what-it-used-to-be-thoughts-on-the-shape-of-the-next-normal

[4]**What will life look like in the post-COVID-19 World?**
Disponível em https://www.swissre.com/risk-knowledge/risk-perspectives-blog/what-will-life-look-like-in-the-post-covid-19-world.html

• Crescimento dos problemas de saúde mental. No momento atual, pesquisas mostram que até 25% das pessoas estão com alguma forma de desequilíbrio, como ansiedade. A expectativa é que o número diminua ao longo do tempo.

• A sociedade aprendeu rapidamente sobre novos modelos de comunicação a distância. Isso terá consequências, por exemplo, no mercado de trabalho, trazendo ganhos de eficiência, além de maior flexibilidade para os funcionários.

Nessas análises e transformações, um elemento-chave é a tecnologia. Isso já vem sendo sentido no mercado de trabalho, com o aumento relativo da demanda por profissionais dessa área5, apesar da crise econômica que vivemos. Existe também um consenso sobre o papel fundamental que a tecnologia terá nesse novo cenário. Agora, mais do que nunca, precisamos da tecnologia, até para nos comunicarmos6.

Nessa linha, outros trabalhos7 abordam especificamente quais tecnologias irão crescer mais em um cenário pós-pandemia, conforme a tabela 1. Algumas destas já estão, inclusive, ocorrendo.

TABELA 1
10 TENDÊNCIAS DE TECNOLOGIA EM UM CENÁRIO PÓS-PANDEMIA

FONTE:
Fórum Econômico Mundial

	TENDÊNCIAS
1	Compras online
2	Pagamento digital e sem contato
3	Home Office
4	Ensino a distância
5	Telemedicina
6	Entretenimento online
7	4ª revolução industrial (big data, computação em nuvem etc)
8	Impressão 3D
9	Robôs e drones
10	Incremento da Tecnologia 5G

É nesse contexto, que um estudo com o perfil agora apresentado ganha ainda mais relevância. Os corretores de seguros precisam saber sobre o momento importante que vivemos – em termos pessoais e profissionais. E, particularmente, a importância que a tecnologia terá nesse novo contexto.

Assim, ter um instrumental objetivo e transparente que permita que tais empresas avaliem melhor a situação profissional e tecnológica, em termos relativos a seus pares, é fundamental como uma condição estratégica básica.

[5]**Setor de TI tem alta na contratação de líderes mesmo na pandemia**
Disponível em: https://canaltech.com.br/empregos/setor-de-ti-tem-alta-na-contratacao-de-lideres-mesmo-na-pandemia-164752/

[6]**Technology plays key role in rebuilding economies and international cooperation after COVID-19 pandemic**
Disponível em: https://www.globaltimes.cn/content/1188548.shtml

[7]**10 technology trends to watch in the COVID-19 pandemic**
Disponível em: https://www.weforum.org/agenda/2020/04/10-technology-trends-coronavirus-covid19-pandemic-robotics-telehealth/

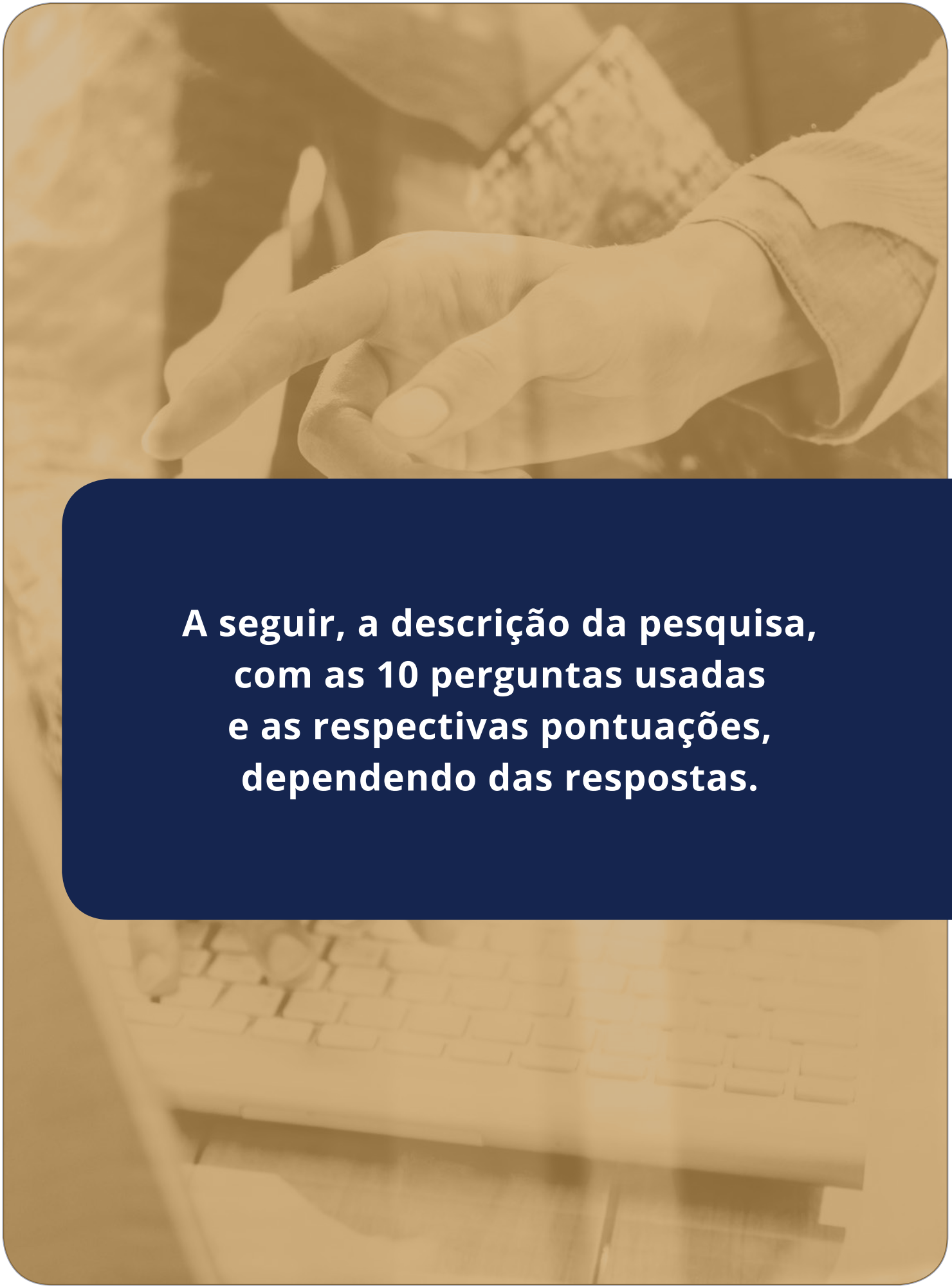
03 Metodologia Usada

A seguir, apresentamos os critérios usados na avaliação.
Ao todo, foram 10 perguntas e, a partir daí, a nota final.
Na tabela 2, um resumo da situação.

TABELA 2
PERFIL DO QUESTIONÁRIO – AVATEC

PERGUNTAS		MIN.	MAX.
1	Interesse em Tecnologia	1	5
2	Conexão de Internet	1	4
3	Qualidade dos Computadores	1	5
4	Software de Gestão	1	7
5	Digitalização de Propostas	1	5
6	Uso de Multicálculo	1	5
7	Marketing Digital	1	5
8	Redes Sociais	1	5
9	Utilização de Leads	1	4
10	Comunicação com Clientes	1	5
TOTAL	AVALIAÇÃO FINAL	10	50

Na primeira coluna, o tema da pergunta. Como se observa, em cada pergunta, abordamos um aspecto distinto da relação da corretora com a tecnologia (por exemplo, interesse em tal assunto, participação em redes sociais, marketing digital, usou ou não do multicálculo etc). Assim, dependendo da resposta, todas de múltipla escolha, o valor variava entre números mínimos e máximos. No total, ao final, ficamos em uma faixa entre 10 e 50 pontos. Quanto maior o valor, mais a corretora será tecnológica.



A seguir, a descrição da pesquisa, com as 10 perguntas usadas e as respectivas pontuações, dependendo das respostas.

PERGUNTAS DE APRESENTAÇÃO

CNPJ
Localização Geográfica
Quantidade de Funcionários

PERGUNTA 1: INTERESSE EM TECNOLOGIA

Em termos pessoais, como avalia seu interesse em tecnologia?

( ) Não gosto do tema. Só uso por necessidade; (**1 PONTO**)

( ) Gosto um pouco. Tento, pelo menos, assistir a uma palestra sobre o assunto por ano; (**2 PONTOS**)

( ) O assunto me interessa. Leio bastante e tento assistir a diversas palestras sobre o assunto; (**4 PONTOS**)

( ) Além de estar permanentemente atualizado, uso e compro, sempre que posso, produtos relacionados à área. (**5 PONTOS**)

PERGUNTA 2: QUALIDADE DE CONEXÃO DE INTERNET

Como é a sua conexão de internet?

( ) É lenta ou instável. O que leva, por vezes, a atrasar o trabalho da corretora; (**1 PONTO**)

( ) A internet é de banda larga e estável. (**4 PONTOS**)

PERGUNTA 3: QUALIDADE E QUANTIDADE DOS COMPUTADORES

Como avalia a qualidade de seus computadores?

( ) Existe menos do que um computador por funcionário. Os equipamentos são lentos, ultrapassados e necessitam de um upgrade; (**1 PONTO**)

( ) Temos um computador por funcionário. Os equipamentos possuem qualidade média; (**3 PONTOS**)

( ) Contamos com computadores atualizados e modernos, com qualidade acima do padrão das outras corretoras de seguros com perfil similar. (**5 PONTOS**)

PERGUNTA 4: SOFTWARE DE GESTÃO

A corretora possui ou utiliza software de gestão, próprio ou de terceiros?

o Não. Utilizamos o Excel. (**1 PONTO**)

Em caso afirmativo, marque os recursos utilizados no seu software de gestão.

o Controla Apólices e Endossos;

o Controla Recebimento de Comissão;

o Dá baixa automática das comissões das Cias.;

o Dá baixa automática em apólices e endossos;

o Controla a inadimplência de segurados;

o Controla repasses de comissão;

o Controla sinistros;

o Gera oportunidades de Cross-Sell e Up-Sell;

o Tem recursos de APP de celular para corretora e segurados;

o Possibilita apresentação de orçamentos.

RESULTADO A PARTIR DAS RESPOSTAS ACIMA:

1 a 2 recursos = **2 PONTOS**
3 a 4 recursos = **3 PONTOS**
5 a 6 recursos = **4 PONTOS**
7 a 8 recursos = **5 PONTOS**
9 a 10 recursos = **7 PONTOS**

PERGUNTA 5: DIGITALIZAÇÃO DE PROPOSTAS

A corretora digitaliza as propostas?

o Não digitalizamos; (**1 PONTO**)
o Digitalizamos e guardamos as propostas na corretora; (**2 PONTOS**)
o Digitalizamos e guardamos as propostas na nuvem; (**3 PONTOS**)
o Digitalizamos em software de gestão na nuvem. (**5 PONTOS**)

PERGUNTA 6: USO DO MULTICÁLCULO

A corretora utiliza algum sistema de Multicálculo?

o Não utilizamos nenhum sistema; (**1 PONTO**)
o Utilizamos um sistema, que calcula apenas um ramo de seguros (por exemplo, automóvel ou saúde); (**3 PONTOS**)
o Utilizamos um sistema, que calcula dois ramos de seguros ao mesmo tempo (por exemplo, automóvel e saúde); (**4 PONTOS**)
o Utilizamos um sistema, que calcula vários ramos de seguros (por exemplo, automóvel, residencial, empresarial, condomínio, vida, saúde etc). (**5 PONTOS**)

PERGUNTA 7: MARKETING DIGITAL (SITE)

A corretora tem site?

o Não; (**1 PONTO**)
o Usamos a estrutura da seguradora; (**2 PONTOS**)
o Temos site com domínio próprio; (**3 PONTOS**)
o Temos site, com “landing pages” e formulários de cotação (**5 PONTOS**)

PERGUNTA 8: REDES SOCIAIS

A corretora usa as redes sociais em caráter profissional?

o Não. Utilizamos um perfil pessoal. (**1 PONTO**)

Em caso afirmativo, marque as redes sociais que utiliza.

o Facebook

o Instagram

o Youtube

o LinkedIn

o Twitter

o WhatsApp

RESULTADO A PARTIR DAS RESPOSTAS ACIMA:

1 a 2 recursos = **2 PONTOS**
3 a 4 recursos = **3 PONTOS**
5 recursos = **4 PONTOS**
6 recursos = **5 PONTOS**

PERGUNTA 9: UTILIZAÇÃO DE LEADS

Lead é um termo utilizado em marketing digital. Ele sinaliza um potencial consumidor que pode, de alguma forma, demonstrar interesse em consumir o seu produto ou serviço. Em função disso, qual o posicionamento da sua corretora em relação a esse mecanismo?

o Trabalhamos apenas com indicações de clientes; (**1 PONTO**)

o Utilizamos leads fornecidos pelas seguradoras e indicações de clientes; (**2 PONTOS**)

o Além dos casos anteriores, compramos leads de terceiros; (**3 PONTOS**)

o Além dos anteriores, também geramos nossos próprios leads. (**4 PONTOS**)

PERGUNTA 10: COMUNICAÇÃO COM CLIENTES

Como é feita a comunicação com os clientes, em termos tecnológicos?

o Telefone

o E-mail

o SMS

o WhatsApp

o Skype

o Chat pelo site

o Messenger

o Facebook (inbox)

RESULTADO A PARTIR DAS RESPOSTAS ACIMA:

1 recurso = **1 PONTO**
2 a 3 recursos = **2 PONTOS**
4 a 5 recursos = **3 PONTOS**
6 a 8 recursos = **5 PONTOS**

Assim, na **tabela 3**, a partir de todas as respostas, a qualificação da corretora com relação a tal assunto. Os pontos serão enquadrados por faixas.

A avaliação da empresa irá variar entre “Baixa” (entre 10 e 15 pontos) e “Excelente” (entre 46 e 50 pontos).

TABELA 3
RESULTADO FINAL DA AVATEC

PONTUAÇÃO FINAL	QUALIFICAÇÃO
De 10 a 15 pontos	Baixa
De 16 a 25 pontos	Razoável
De 26 a 35 pontos	Boa
De 36 a 45 pontos	Muito Boa
De 46 a 50 pontos	Excelente

04 Amostra do Estudo

A amostra do estudo está na tabela 4.
Ao todo, 920 corretoras de seguros participaram do estudo, sendo 92% localizadas no Estado de São Paulo.

Esse levantamento foi realizado no primeiro semestre deste ano.
Como já ressaltado, os dados individuais das empresas não serão divulgados.

TABELA 4
AMOSTRA DO ESTUDO AVATEC

	QTDE.	%
Estado de São Paulo	847	92%
Outros Estados	73	8%
TOTAL	**920**	**100%**

As conclusões principais estarão centradas nos dados paulistas (847 respostas), pela maior consistência estatística.

Assim, temos:

a) No mês de junho, a partir do informado pela FENACOR, havia, em condição ativa, no Estado de São Paulo, 21,9 mil corretores de seguros Pessoas Físicas e 19 mil corretoras de seguros Pessoas Jurídicas.[8] Nesse sentido, o nosso universo é de, aproximadamente, 20 mil corretoras.

b) A nossa amostra foi de 847 corretoras de seguros, localizadas no Estado de São Paulo.

c) Há várias referências[9] [10] que indicam qual amostra se deve escolher, para que a pesquisa tenha consistência estatística. Nas condições citadas acima (amostra de 847 em um universo de 20 mil), conseguimos um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 3,5%, ao se observar os resultados.

d) Em termos estatísticos, dizer que um nível de confiança é de 95% significa que, se essa pesquisa fosse repetida 100 vezes, com amostras aleatórias de corretoras de seguros, em 95 dos casos o resultado seria o mesmo, dentro da margem de erro especificada.

e) Já uma margem de erro de 3,5% diz que, se, por exemplo, 80% das corretoras de seguros declarassem que concordam com determinada frase e pegássemos toda a população, o valor correto estaria entre 76,5% e 83,5%.

A partir de tais números, consideramos que os valores são aceitáveis para os nossos objetivos.

[8] https://www.fenacor.org.br/Servicos/CorretoresAtivos

[9] https://www.opinionbox.com/central-de-ajuda/tamanho-da-amostra/

[10] https://mindminers.com/blog/definir-amostra-de-pesquisa/

05 Resultados Obtidos

Nesse capítulo, foram avaliadas todas as respostas das corretoras de seguros, sendo a análise separada por itens, um para cada pergunta.

5.1 APRESENTAÇÃO: Quantidade de Funcionários

Ao se iniciar o questionário, houve duas perguntas introdutórias: a localização geográfica da corretora e a quantidade de seus funcionários. Como visto no capítulo anterior, 92% das respostas vieram do Estado de São Paulo.

Em termos de quantidade de funcionários, os valores sinalizam um valor médio entre 3 (mediana) e 4 (média) funcionários em cada corretora, como se observa a tabela 5.

De toda a amostra, aproximadamente, 80% das empresas corretoras de seguros têm até 5 funcionários.

TABELA 5
QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS – CORRETORAS DE SEGUROS

AVALIAÇÃO FINAL	QTDE.	%
0	121	13%
1	152	17%
2	184	20%
3	130	14%
4 a 5	139	15%
6 a 7	54	6%
8 a 10	66	7%
Mais de 10	74	8%
TOTAL	**920**	**100%**
MEDIANA	**3**	
MÉDIA	**4**	

Esses números já foram encontrados em estudos anteriores realizados sobre as corretoras no País.[11] Por fim, uma conta pode ser feita para avaliar tal mercado. Por exemplo, mantida essa proporção e considerando que, somente no Estado de São Paulo, há 20 mil empresas corretoras de seguros, isso representaria a geração de 70 a 80 mil empregos diretos trabalhando especificamente na distribuição de seguros, um valor expressivo.

A quantidade de funcionários será considerada também como um indicativo de tamanho da corretora de seguros, a ser usada no cálculo da influência na AVATEC, mais ao final deste capítulo.

5.2 PERGUNTA 1: Interesse em Tecnologia

A primeira pergunta propriamente técnica do questionário consistiu em avaliar o interesse das corretoras de seguros em tecnologia. Em qualquer projeto, o interesse é o início de tudo, daí a presença de tal pergunta logo na abertura.

Do total das corretoras, 1% delas não respondeu. Então, caso a empresa respondesse, haveria quatro opções de respostas, do desinteresse completo até a situação daquela companhia extremamente atualizada, e que tenta comprar, sempre que possível, todas as novidades tecnológicas. Os resultados são apresentados segundo a origem geográfica da empresa. A distribuição dos números está na **tabela 6**.

INTERESSE EM TECNOLOGIA	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS	TOTAL
Não gosto do tema. Só uso por necessidade	2%	0%	2%
Gosto um pouco. Tento, pelo menos, assistir a uma palestra sobre o assunto por ano	20%	8%	19%
O assunto me interessa. Leio bastante e tento assistir a diversas palestras sobre o assunto	41%	40%	41%
Além de estar permanentemente atualizado, uso e compro, sempre que posso, produtos relacionados à área.	37%	52%	38%
TOTAL	100%	100%	100%

TABELA 6
DISTRIBUIÇÃO % - INTERESSE EM TECNOLOGIA

[11] **Ver esse ESECS-PJ e vários textos anteriores. Tal estudo é patrocinado pela FENACOR.**
http://ratingdeseguros2.hospedagemdesites.ws/wp/wp-content/uploads/2019/10/FENACOR_ESCS2019.pdf

Na análise dos dados, os seguintes pontos podem ser destacados:

• Embora as duas amostras sejam de tamanhos distintos (SP e outros Estados), observamos que as corretoras de seguros, de fora do Estado de São Paulo, têm um interesse tecnológico um pouco maior, em termos relativos. Um motivo para essa diferença pode ser explicado pelo fato de que, se essa pesquisa despertou a atenção de corretoras em outros Estados, é que realmente tais empresas têm um interesse maior por tecnologia. Mais adiante, se verá que tal viés de comportamento será repetido nas outras respostas. Ou seja, pelas características da nossa amostra, corretoras de outros Estados teriam um perfil um pouco mais tecnológico.

• Analisando os dados do Estado de São Paulo, vemos que 20% das empresas corretoras têm, relativamente, pouco interesse em tecnologia. No máximo, uma palestra por ano. Em termos aproximados, essa proporção numérica também se repetirá em outros questionamentos. Baixar tal número nos próximos anos é um desafio para todos os agentes do setor.

• Por outro lado, 35% das empresas se consideram extremamente interessadas no assunto, fazendo investimentos constantes nessa área.

5.3 PERGUNTA 2: Qualidade da Conexão de Internet

A segunda pergunta envolve uma avaliação da qualidade da internet nas companhias. As conclusões estão apresentadas na **tabela 7**.

QUALIDADE DA INTERNET	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS	TOTAL
É lenta ou instável. O que leva, por vezes, a atrasar o trabalho da corretora	3%	3%	3%
A internet é de banda larga e estável.	97%	97%	97%
TOTAL	100%	100%	100%

TABELA 7
DISTRIBUIÇÃO % - QUALIDADE DA INTERNET

Nesse caso, não existe dúvida.

Mais de 95% das empresas não têm nenhum problema em termos de conexão de internet. Esse é um aspecto bem positivo, pois sinaliza que a estrutura está bem montada, se a corretora realmente deseja se tornar mais tecnológica.

5.4 PERGUNTA 3: Qualidade dos Computadores

A terceira pergunta também aborda aspectos estruturais da corretora de seguros, em termos tecnológicos. Agora, a qualidade e a quantidade dos computadores das empresas. Os resultados estão apresentados na **tabela 8**.

QUALIDADE DA INTERNET	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS	TOTAL
Existe menos do que um computador por funcionário. Os equipamentos são lentos, ultrapassados e necessitam de um upgrade	1%	1%	1%
Temos um computador por funcionário. Os equipamentos possuem qualidade média	58%	42%	57%
Contamos com computadores atualizados e modernos, com qualidade acima do padrão das outras corretoras de seguros com perfil similar.	41%	57%	42%
TOTAL	100%	100%	100%

TABELA 8
DISTRIBUIÇÃO % - QUALIDADE DOS COMPUTADORES

Na análise dos números, também podemos dizer que a condição é bem satisfatória e confortável. Somente 1% das empresas não têm a estrutura material necessária para se tornar uma “corretora tecnológica”.

5.5 PERGUNTA 4: Software de Gestão

Aqui, existe uma pergunta específica sobre software de gestão. Os resultados são apresentados na **tabela 9**, com todos os recursos disponíveis.

% USO PELAS CORRETORAS	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS	TOTAL
Só Usam Excel	20%	21%	20%
USAM SOFTWARE	**ESTADO DE SÃO PAULO**	**OUTROS ESTADOS**	**TOTAL**
Controla Apólices e Endossos	96%	93%	96%
Controla Recebimento de Comissões	76%	84%	76%
Dá baixa automática das comissões das Cias.	51%	71%	53%
Dá baixa automática em apólices e endossos	56%	70%	57%
Controla a inadimplência de segurados	59%	64%	59%
Controla repasses de comissão	61%	75%	62%
Controla sinistros	64%	70%	64%
Gera oportunidades de Cross-Sell e Up-Sell	45%	54%	46%
Tem recursos de APP de celular para corretora e segurados	31%	41%	32%
Possibilita apresentação de orçamentos	70%	89%	71%

TABELA 9
DISTRIBUIÇÃO % - SOFTWARE DE GESTÃO

Em relação aos números, os seguintes pontos podem ser destacados, com relação à corretora de seguros situada no Estado de São Paulo:

• O primeiro ponto a destacar é que, aproximadamente, 20% das corretoras não utilizam nenhum software de gestão, somente as planilhas excel. Nesse caso, a utilização dessa ferramenta está também diretamente associada ao porte da empresa, tal como em algumas das variáveis já citadas nesse texto.

• Na tabela, foram listados 10 serviços possíveis de serem utilizados, a partir das empresas que usam o software. Os mais citados foram os que controlam "Apólices e Endossos" (96% das corretoras que têm um software de gestão utilizam tal serviço; ou seja, praticamente todas), o que controla o "Recebimento de Comissões" (com 76%) e o que "Possibilita apresentação de orçamentos" (com 70%).

• Esses números são boas referências para as corretoras, ao se comparar com seus pares.

5.6 PERGUNTA 5: Digitalização de Propostas

A quinta pergunta envolveu o modo de guardar os documentos dos clientes, ou seja, sobretudo, se ocorre a digitalização ou não das propostas. Assim, os resultados estão mostrados na **tabela 10**.

DIGITALIZAÇÃO DE PROPOSTAS	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS	TOTAL
Não digitalizamos	19%	11%	19%
Digitalizamos e guardamos as propostas na corretora	31%	25%	30%
Digitalizamos e guardamos as propostas na nuvem	21%	18%	20%
Digitalizamos em software de gestão na nuvem	30%	45%	31%
TOTAL	100%	100%	100%

TABELA 10
DISTRIBUIÇÃO % - DIGITALIZAÇÃO DE PROPOSTAS

Na média, no Estado de São Paulo, 20% das corretoras não digitalizam de nenhuma forma. Por outro lado, 50% das empresas digitalizam e colocam em nuvem e 30% digitalizam e guardam na própria corretora. Como já comentado nas perguntas anteriores, pelas características da amostra, as corretoras de seguros localizadas em outros Estados são um pouco mais tecnológicas.

Outro ponto a destacar é que, tal como em outros indicadores dessa pesquisa, mas não em todos, o tamanho da empresa será uma função relevante na decisão de investimentos em tecnologia.

5.7 PERGUNTA 6: Uso de Multicálculo

A sexta pergunta aborda se as corretoras de seguros utilizam ou não um programa do tipo multicálculo, um modelo tecnológico bastante conhecido no segmento e que serve para facilitar a gestão e o cálculo dos seguros. Os resultados estão na **tabela 11**.

DIGITALIZAÇÃO DE PROPOSTAS	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS	TOTAL
Não utilizamos nenhum sistema	26%	16%	25%
Utilizamos um sistema, que calcula apenas um ramo de seguros (por exemplo, automóvel ou saúde)	27%	29%	27%
Utilizamos um sistema, que calcula dois ramos de seguros ao mesmo tempo (por exemplo, automóvel e saúde)	12%	13%	12%
Utilizamos um sistema, que calcula vários ramos de seguros (por exemplo, automóvel, residencial, empresarial, condomínio, vida, saúde etc).	35%	43%	36%
	100%	100%	100%

TABELA 11
DISTRIBUIÇÃO % - USO DE MULTICÁLCULO

No Estado de São Paulo, aproximadamente, 25% das empresas não utilizam nenhum sistema, um valor relativamente alto.

Esse é um ponto em que as corretoras de seguros podem melhorar, estando aí uma oportunidade para todos os envolvidos nesse tipo de negócio. Nesse caso específico, o tamanho é também um fator relevante na opção desse serviço.

5.8 PERGUNTA 7: Marketing Digital

A pergunta seguinte envolveu a estratégia de marketing digital. Por exemplo, basicamente, se as corretoras têm ou não site. E, no caso de haver, qual é o seu tipo.

MARKETING DIGITAL	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS	TOTAL
Não	13%	19%	14%
Usamos a estrutura da seguradora	11%	9%	11%
Temos site com domínio próprio	45%	43%	45%
Temos site, com "landing pages" e formulários de cotação	30%	30%	30%
TOTAL	100%	100%	100%

TABELA 12
DISTRIBUIÇÃO % - MARKETING DIGITAL

Na análise dos números, vemos que 25% das corretoras de seguros não têm um site próprio ou utilizam a estrutura da seguradora.

Aí está também outra possibilidade de desenvolvimento. Por outro lado, 30% das empresas já têm um site bem estruturado, com formulários de cotação etc. Corretoras maiores usam mais a estratégia.

5.9 PERGUNTA 8: Redes Sociais

A oitava pergunta avaliou a relação das corretoras de seguros com as redes sociais. Nesse caso, como ressaltamos no questionamento, relacionamento como Pessoa Jurídica, não como Pessoa Física. Na pergunta, foram oferecidas várias possibilidades, com as empresas podendo escolher quais opções elas trabalham. Os resultados estão na **tabela 13**.

MARKETING DIGITAL	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS	TOTAL
Não usa	17%	17%	17%
Facebook	73%	76%	73%
Instagram	54%	73%	56%
YouTube	9%	20%	10%
LinkedIn	23%	26%	23%
Twitter	7%	10%	7%
WhatsApp	73%	70%	73%
% USO DOS CORRETORES	**ESTADO DE SÃO PAULO**	**OUTROS ESTADOS**	**TOTAL**
Facebook, Instagram, WhatsApp	26%	29%	27%
Facebook, Instagram, LinkedIn, WhatsApp	10%	10%	10%

TABELA 13
DISTRIBUIÇÃO % - REDES SOCIAIS

Os números oferecem várias conclusões:

• Um primeiro ponto é que quase 20% das empresas não têm interação com as redes sociais do ponto de vista jurídico. Um ponto que pode ser melhorado.

• Os aplicativos mais usados são, indiscutivelmente, o WhatsApp (73% das corretoras paulistas), o Facebook (também o mesmo número 73%) e o Instagram (54%). No total, 26% das empresas se restringem somente em utilizar esses três aplicativos nas suas redes sociais. Ou seja, se concentram em tal abordagem, o modelo combinado mais popular.

• Em um segundo plano, mas já mais distante, o LinkedIn, citado por 23% das empresas. No total, 10% das corretoras utilizam essas quatro redes sociais em sua estratégia.

• Outras redes sociais, como Youtube e Twitter, foram menos citadas.

5.10 PERGUNTA 9: Utilização do Leads

Conceitualmente, um "Lead" consiste em determinar um cliente potencial que, de alguma forma, demonstrou interesse em consumir o seu produto ou serviço no passado. Ou seja, é um elemento importante para aumentar novas vendas, uma dica de um bom negócio. Esse aspecto foi analisado nessa pergunta, com os resultados apresentados na **tabela 14**.

UTILIZAÇÃO DE LEADS	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS	TOTAL
Trabalhamos apenas com indicações de clientes	45%	43%	45%
Utilizamos leads fornecidos pelas seguradoras e indicações de clientes	37%	34%	37%
Além dos casos anteriores, compramos leads de terceiros	3%	17%	4%
Além dos anteriores, também geramos nossos próprios leads.	15%	6%	14%
TOTAL	100%	100%	100%

TABELA 14
DISTRIBUIÇÃO % - UTILIZAÇÃO DE LEADS

Nesse momento, 45% das corretoras só trabalham recebendo indicações de clientes. Nem mesmo as seguradoras interagem com as corretoras com relação a esse aspecto. Esse é um ponto que poderia ser melhorado no futuro, tanto do ponto de vista do comportamento das corretoras, como das seguradoras.

Em um sentido oposto, 15% das corretoras paulistas têm uma estratégia bem mais agressiva em termos comerciais. Elas recebem dicas de clientes e de seguradoras, geram os seus próprios leads e, até mesmo, compram material de mercado.

Outro ponto, que é sempre bom ressaltar, é a influência do tamanho da corretora nas respostas de alguns questionamentos da pesquisa. Por exemplo, a capacidade de investir e gerenciar mais leads é um bom exemplo.

5.11 PERGUNTA 10: Comunicação com Clientes

A última pergunta do questionário avaliou como as corretoras de seguros se comunicam com seus clientes. As possibilidades elencadas foram inúmeras, conforme a **tabela 15**.

TABELA 15
DISTRIBUIÇÃO % - COMUNICAÇÃO COM CLIENTES

MARKETING DIGITAL	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS	TOTAL
Telefone	94%	87%	93%
E-mail	97%	91%	97%
SMS	32%	35%	32%
WhatsApp	99%	99%	99%
Skype	9%	13%	10%
Messenger	14%	19%	14%
Chat	9%	19%	9%
Facebook	25%	30%	25%
% USO DOS CORRETORES	**ESTADO DE SÃO PAULO**	**OUTROS ESTADOS**	**TOTAL**
Telefone, E-mail, WhatsApp	45 %	39 %	44 %
Telefone, E-mail, SMS, WhatsApp	14%	6%	14%

Na análise dos números, temos:

• De forma disparada, os principais meios são o WhatsApp, o e-mail e o telefone, nessa ordem de importância. Um fato curioso é que, embora o telefone seja um meio extremamente usado, 6% das corretoras de seguros paulistas disseram que não utilizam mais.

• No mercado como um todo, 45% das corretoras disseram que só usam esses três mecanismos citados acima na comunicação com os clientes. Ou seja, tal modelo é o mais comum.

• Em um segundo plano, foram citados também o SMS e o Facebook. Em média, 30% das corretoras usam também tal mecanismo.

• Os outros meios foram menos mencionados.

5.12 PONTUAÇÃO DAS CORRETORAS

Com todas as respostas, tivemos a pontuação final das corretoras. Ou seja, o resultado da AVATEC, cujo número variou entre 10 e 50 pontos, com uma avaliação qualitativa a partir daí. Os critérios de qualificação da pontuação já foram comentados anteriormente.

Inicialmente, na **tabela 16**, as estatísticas obtidas (média e mediana). Em São Paulo, temos uma AVATEC média de 32 pontos. Nos outros Estados, um valor levemente maior. Essa diferença, já esperada, foi discutida anteriormente, pelas características das duas amostras.

TABELA 16
DISTRIBUIÇÃO % - ESTATÍSTICAS DA AVALIAÇÃO – AVATEC

LOCALIDADE	MÉDIA	MEDIANA
Estado de SP	32	32
Outros Estados	34	35
TOTAL	**32**	**32**

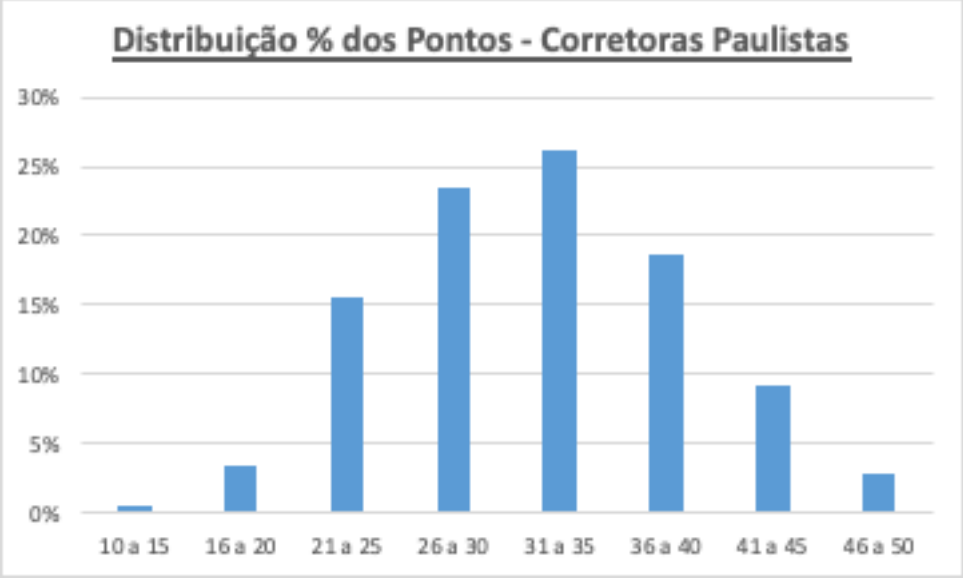
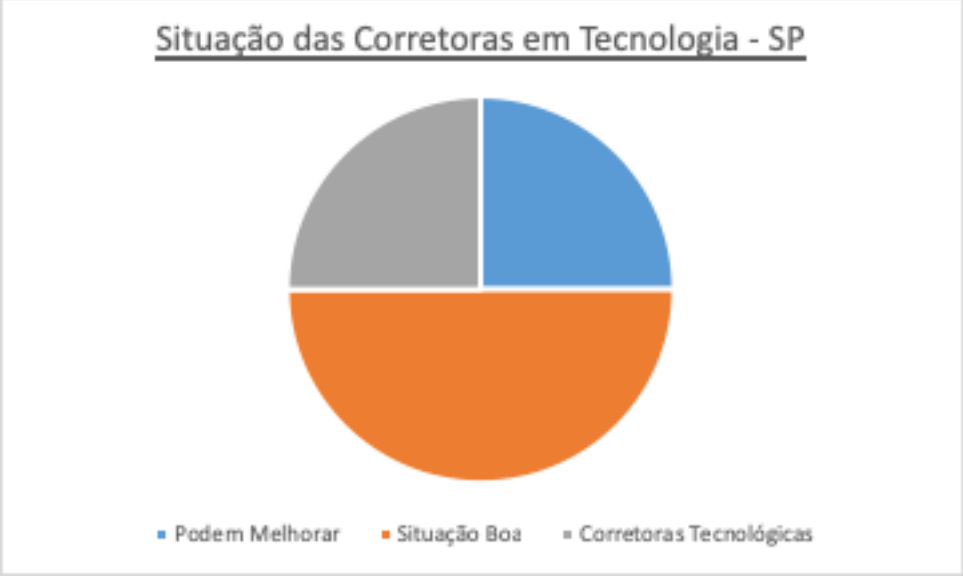


TABELA 17
DISTRIBUIÇÃO % - RESULTADOS DA AVALIAÇÃO

PONTUAÇÃO	QUALIFICAÇÃO	ESTADO DE SÃO PAULO	OUTROS ESTADOS
De 10 a 15 pontos	Baixa	1%	2%
De 16 a 25 pontos	Razoável	19%	14%
De 26 a 35 pontos	Boa	50%	36%
De 36 a 45 pontos	Muito Boa	28%	44%
De 46 a 50 pontos	Excelente	2%	4%
TOTAL		**100%**	**100%**

Considerando o resultado final dos pontos da AVATEC e todas os questionamentos já feitos, podemos considerar, de forma simplificada e em números redondos, que 25% das corretoras de seguros paulistas podem melhorar em termos tecnológicos, pois existiria uma defasagem em relação a seus pares, já que elas não usam os serviços e produtos mais comuns, que as poderiam auxiliar no desenvolvimento dos negócios.

Em seguida, 50% das mesmas estão em nível bom em termos tecnológicos, um valor aceitável nesse momento atual. Por fim, 25% das empresas já atingiram um nível de excelência. A situação está representada no gráfico a seguir.



Esse é o desafio que o setor de corretoras de seguros enfrenta atualmente. Mas, como se verá a seguir, o tamanho da empresa é um fator fundamental no seu posicionamento tecnológico e em termos de vantagens comparativas.

5.13 TAMANHO E QUALIFICAÇÃO TECNOLÓGICA

Como já mencionado, uma variável fundamental a influenciar o posicionamento tecnológico da corretora é o seu tamanho.

A **tabela 18** mostra a mediana do indicador AVATEC, em função da quantidade de funcionários da corretora, variável aqui considerada como indicativo de tamanho da empresa.

TABELA 18
AVATEC E QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS

FUNCIONÁRIOS	MEDIANA AVATEC
0	28,0
1	29,0
2	30,0
3	31,0
4 a 5	34,5
6 a 7	35,0
8 a 10	36,5
Mais de 10	38,0
MEDIANA	**32,0**

A mediana de toda a amostra do estudo é de uma AVATEC de 32 pontos, mas o valor médio varia bastante, em função da quantidade de funcionários. Uma corretora com nenhum funcionário teve uma AVATEC média de 28 pontos. Já para uma corretora com mais de 10 funcionários, o indicador AVATEC médio é de 38 pontos. Uma diferença grande.

Em algumas perguntas, o porte da empresa pode não fazer tanta diferença, como, por exemplo, para se avaliar o interesse que a corretora tem ou não em tecnologia, mas em outros itens, como a estratégia com relação a leads, sim, o tamanho é um fator relevante.

Ainda nessa linha, outra referência complementar é a tabela 19. Ela mostra, em função da quantidade de funcionários, a quantidade de empresas em cada uma das faixas de qualificações do indicador AVATEC. Lembrando que essas qualificações, em função dos pontos, já foram abordadas anteriormente.

FUNCIONÁRIOS	% CORRETORAS ATÉ REGULAR	% CORRETORAS A PARTIR DE MUITO BOA
0	39%	16%
1	31%	17%
2	26%	22%
3	17%	29%
4 a 5	3%	67%
6 a 7	5%	58%
8 a 10	2%	81%
Mais de 10	0%	97%
MEDIANA	**20%**	**30%**

TABELA 19
AVATEC E QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS

Por exemplo, na amostra das corretoras de seguros com 2 funcionários, 26% delas tinham a qualificação “até regular”, e 22% delas tinham a qualificação “a partir de muita boa”. Já para uma empresa de 8 a 10 funcionários, apenas 2% das corretoras tinham a qualificação “até regular”, enquanto 81% delas tinham a qualificação “a partir de muito boa”. Ou seja, o tamanho é um fator bem importante no cálculo do indicador.

Os resultados da tabela anterior são bem interessantes e mostram que, em termos de tecnologia, podemos considerar que as corretoras de seguros poderiam ter, aproximadamente, três fases da AVATEC.

Abaixo, uma descrição:

• A primeira fase vai de uma corretora de seguros em crescimento, onde a quantidade de funcionários varia de 0 a 5. Nesse caso, a medida que a empresa cresce, o investimento em tecnologia aumenta e, em consequência, o indicador AVATEC também segue o mesmo caminho. A trajetória é sempre crescente.

• A segunda fase corresponde a uma empresa que atinge um patamar de 5 a 7 funcionários. Nesse momento, o investimento em tecnologia já não vai variar muito. O valor da AVATEC praticamente se estabiliza. Nessa faixa, 60% das empresas situam-se com uma AVATEC “a partir de muito boa”.

• A terceira fase começa a partir de 8 funcionários, onde o investimento em tecnologia volta a aumentar. Com mais de 10 funcionários, praticamente todas as corretoras de seguros têm a avaliação, no mínimo, “muito boa”, em termos de tecnologia. Nesse momento, na prática, a empresa já utiliza praticamente todos os recursos existentes no mercado.

Em termos estratégicos – tanto pensando em termos empresariais, como em políticas institucionais -, essa abordagem diferenciada é importante, pois mostra que as necessidades tecnológicas das corretoras de seguros mudam em função do porte de cada companhia.

06 Conclusões

Como já mencionado, o objetivo deste estudo foi fazer uma análise do nível tecnológico das corretoras de seguros, tomando como base uma pesquisa realizada no primeiro semestre deste ano, além do desenvolvimento de um indicador próprio e pioneiro para esse fim – a AVATEC (Autoavaliação das Corretoras de Seguros em Tecnologia).

A seguir, um resumo das conclusões principais:

• Em qualquer projeto, o interesse por algo é a condição básica. Nesse momento, observamos que, aproximadamente, de 20% a 25% das corretoras de seguros têm interesse limitado no assunto "tecnologia". Esse é um aspecto que tem se combatido, através de campanhas educativas ou de conscientização, envolvendo os principais agentes do setor.

• Atualmente, as corretoras têm internet e computadores em níveis bem satisfatórios, um ponto importante do setor. Ou seja, as condições básicas estão estabelecidas.

• De modo geral, pelos critérios desenvolvidos pela AVATEC, 50% das corretoras obtiveram resultados satisfatórios (avaliação "Boa") e 25% foram considerados em um padrão de excelência (avaliação "Muita Boa" ou "Excelente").

• Entretanto, ao considerar a utilização por parte das corretoras do instrumental tecnológico existente nos seus negócios, de 25% a 30% das empresas não o fazem plenamente. Dependendo do tipo de serviço, esse valor pode ser maior ou menor. Por exemplo, 20% das corretoras não têm software de gestão, 25% das corretoras paulistas não têm site próprio ou, então, o mesmo número não usa sistema de multicálculo. Outro aspecto importante é a utilização de leads, com a diferença maior de todas. Nesse momento, 45% das corretoras só recebem indicações de clientes.

• Temos também que considerar que um motivo importante para explicar tal comportamento deriva do próprio tamanho das corretoras. Em alguns dos 10 questionamentos, quanto maior a empresa, maior o seu nível tecnológico, já que mais investimentos, em geral, são necessários. Ou seja, maior a sua AVATEC. O aspecto financeiro, porém, não explica tudo. O interesse no assunto independe do porte da empresa, é basicamente uma questão foro íntimo ou de temperamento do proprietário.

• Na análise da amostra, observou-se que a corretora de seguros padrão, em termos médios, teria três comportamentos distintos com relação a investimentos em tecnologia. A primeira fase variaria de uma corretora de seguros que vai de 0 a 5 funcionários. Nesse caso, a medida que a empresa cresce nessa faixa, o investimento em tecnologia aumenta e, em consequência, a AVATEC também. A segunda fase corresponde a uma empresa de 5 a 7 funcionários, quando a sua condição permanece relativamente a mesma. Nesse período, o investimento em tecnologia não varia muito. O valor da AVATEC praticamente se estabiliza. A terceira fase começaria a partir dos 8 funcionários, onde o investimento em tecnologia voltaria a aumentar, atingindo a excelência com mais de 10 funcionários. Nessa fase, a empresa já utiliza praticamente todos os recursos existentes no mercado. Um crescimento a partir daí não altera muito os indicadores.

Enfim, ressaltando ao concluir, o objetivo principal desse texto é que ele possa servir de referência para os profissionais e para as instituições que operam nessa área. Ao se comparar e se posicionar, as corretoras de seguros podem realizar uma estratégia de negócios bem mais eficiente.

REALIZAÇÃO:

Sincor SP

RATING DE SEGUROS CONSULTORIA

Rua Líbero Badaró, 293, 29º andar - São Paulo (SP)
CEP: 01009-907 - Tel.: (11) 3188-5000

www.sincorsp.org.br

avatec

AUTOAVALIAÇÃO DAS CORRETORAS DE SEGUROS EM TECNOLOGIA 2020