

The logo for ACONSEG SP, featuring the text "ACONSEG" in black and "SP" in red, with a grey swoosh underline.

ACONSEG SP

**20
22**

7º RELATÓRIO **ACONSEG-SP**

O Mercado de Assessorias
e Consultorias no Estado de SP

DIRETORIA EXECUTIVA DA ACONSEG-SP
Presidente | Helio Opirari Junior
Vice-presidente | Jairo Christ
Diretor Financeiro | Ricardo Montenegro
Diretor Administrativo | Leandro Henrique
Diretor Interior | Alberto Novais
Presidente do Conselho | Marcos Colantonio

www.aconsegsp.com.br

Francisco Galiza
www.ratingdeseguros.com.br
Novembro/2022

04

PALAVRA DO
PRESIDENTE

20

PERFIL
TECNOLÓGICO

06

INTRODUÇÃO

24

PERFIL DE
MARKETING

08

CENÁRIO
DO SEGURO

28

TENDÊNCIAS
E CONFIANÇA

12

ANÁLISE
ECONÔMICA

32

CONCLUSÕES

Sumário

Palavra do Presidente

Em constante evolução

Estamos prestes a celebrar duas décadas de atuação da Aconseg-SP com números expressivos, conforme observado no 7º Relatório Aconseg-SP – O mercado de assessorias e consultorias no Estado de São Paulo -, realizado pelo economista Francisco Galiza.

Por trás dos números estão estratégias e ações com foco na excelência do atendimento ao corretor de seguros e um trabalho realizado com ética e profissionalismo por todos os colaboradores que compõem cada assessoria.

Desde o início em 2003, avançamos de 14 para 42 assessorias

associadas e alcançamos 35 mil corretores de seguros com a nossa prestação de serviços. Contribuímos ativamente com o mercado de trabalho, sendo responsáveis por 620 empregos diretos. Vale ressaltar que as assessorias mantiveram seus colaboradores durante o desafiador período da pandemia causada pela covid-19. Isso mostra a importância da nossa atividade para o mercado segurador e também para o País.

Com toda a certeza e sem falsa modéstia, a força e a imponência das assessorias em seguros é fruto do trabalho de todas em conjunto sob o guarda-chuva da Aconseg-SP.



É importante entender a nossa crescente participação na indústria de seguros, reconhecer nossos pontos fortes e ter o conhecimento das frentes com potenciais de negócios.

Chegamos aos 19 anos conhecendo as nossas operações, preservando nossos valores e olhando para o futuro, que é onde queremos chegar. Nossos agradecimentos às assessorias por compartilharem suas informações e contribuírem com esse trabalho, às seguradoras por estarem conosco nesta jornada e aos corretores, a razão de nossa existência.

Helio Opirari Junior
Presidente da Aconseg-SP

Introdução

A Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Estado de São Paulo (Aconseg-SP) foi fundada em 2003, com a presença de 14 associadas. Nesse ano, já são 42 empresas, mostrando o fortalecimento da instituição ao longo do período e sinalizando a sua sólida atuação como representante desse perfil de companhia localizada nesse Estado.

Esse é um segmento importante de distribuição de seguros no Estado de São Paulo, que produz atualmente uma média de R\$ 2,5 bilhões de prêmios por ano e gera mais de 600 empregos diretos, além de ajudar dezenas de milhares de corretores de seguros na realização de seus negócios.

Desde 2016, a Aconseg-SP divulga anualmente esse relatório, que visa avaliar o perfil, o comportamento, as demandas, as expectativas, as previsões e os desafios das suas associadas. Essa é a sétima versão desse texto, o que proporciona um

material de análise econômica e histórica bastante rico para o mercado de modo geral, em vários sentidos.

Assim como nos textos anteriores, esse trabalho será composto por uma análise econômica, institucional e histórica e, em seguida, outro tópico corresponde a um questionário enviado a todas as assessorias, que o respondem individualmente.

No **capítulo 1** temos, uma avaliação resumida do cenário econômico atual do setor de seguros. No **capítulo 2**, apresentamos os principais resultados numéricos da pesquisa, iniciando com um perfil das filiadas, em termos administrativos e de recursos humanos. Em seguida, dados financeiros, como, por exemplo, o faturamento por ramos e por seguradoras. Já no **capítulo 3**, temos um perfil tecnológico

das empresas e, no **4**, um perfil de marketing. No **capítulo 5**, algumas projeções, expectativas e o cálculo de um índice de confiança para essas empresas, visando com isso medir as expectativas das mesmas quanto ao futuro de seus negócios. No **capítulo 6**, temos as conclusões.

Naturalmente, como das outras vezes, agradecemos o apoio das associadas pelo envio das informações e também, em particular, da Diretoria Executiva da Aconseg-SP, na realização continuada desse estudo.



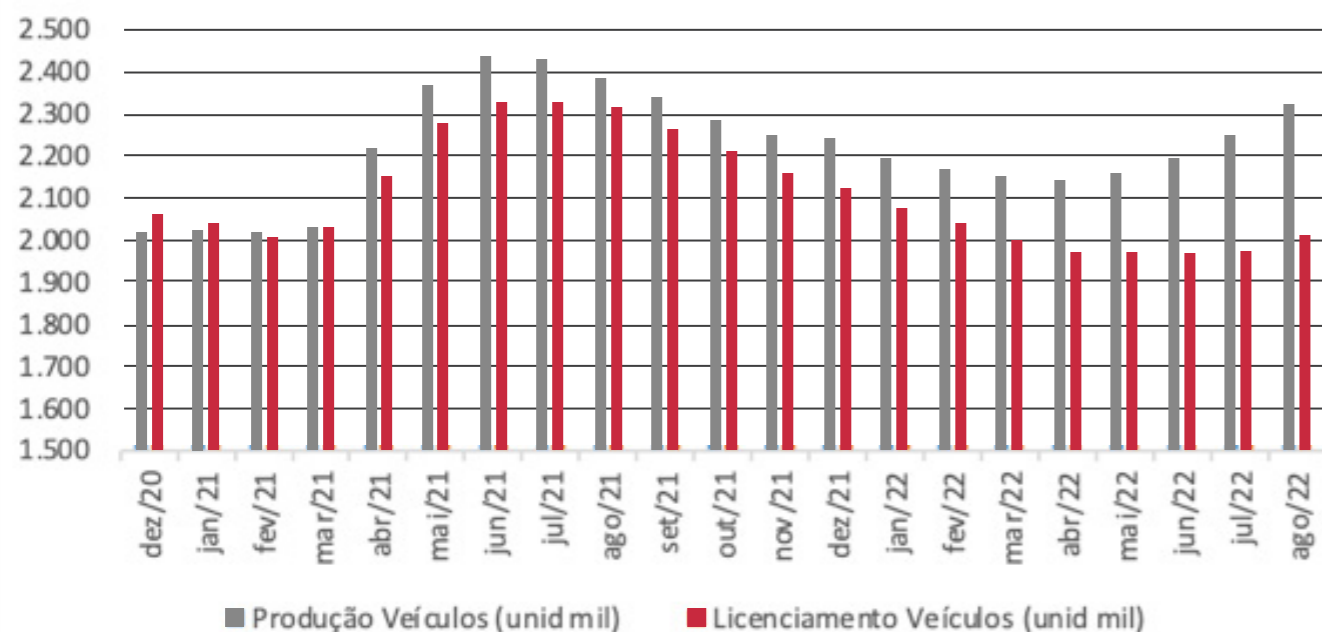
Cenário do Seguro

Podemos dizer que 2022 tem sido, de fato, o primeiro ano de recuperação plena nos números do setor de seguros, após o cenário trágico da pandemia. Já tinha havido progressos em 2021, mas nesse ano a situação se completou em diversos indicadores. Felizmente, tudo indica que os efeitos econômicos da pandemia estão ficando para trás. Inicialmente, isso também pode ser

registrado em diversos indicadores econômicos, como vemos, como exemplo, nos números abaixo.

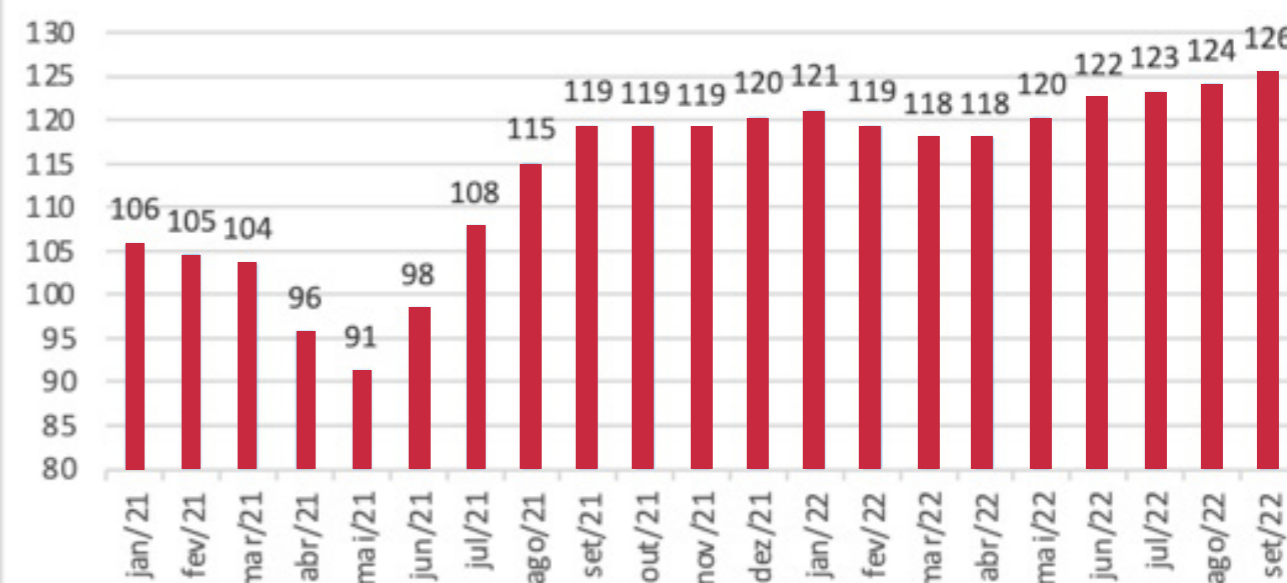
No **gráfico 1**, um cenário da indústria de automóvel no País, em termos de produção e licenciamento de veículos. Observa-se a curva de subida dos números nesse momento, com o setor mostrando recuperação.

Gráfico 1 | Produção e Licenciamento | Acumulado Móvel 12 meses (mil)



Já no **gráfico 2**, temos a confiança do comércio, um indicador medido pela CNC, no qual vemos valores acima de 100 pontos, sinalizando o otimismo de tal setor nos seus negócios.

Gráfico 2 | Índice de Confiança do Comércio, CNC



Em termos específicos da indústria de seguros, a **tabela 1** mostra os números de receita até quase o meio do ano, tomando como base somente os dados da Susep. Observa-se, um crescimento total na taxa de 20% ao ano, bem acima das taxas inflacionárias no mesmo período.

Em destaque, o seguro de automóvel que, durante alguns anos, teve um desenvolvimento mais modesto. Nesse caso, um aumento registrado nos prêmios desse ano serviu para recompor os custos praticados na pandemia, que não foram considerados naquele período, além da alta sinistralidade.

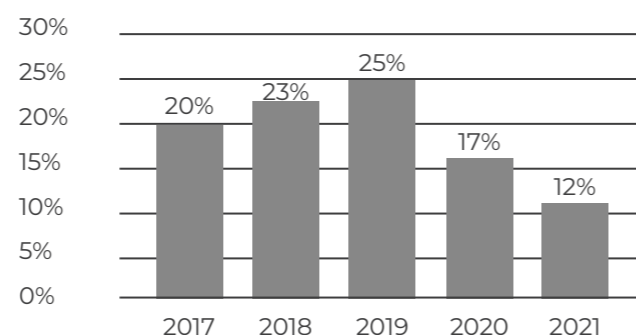
Tabela 1 | Receita de Prêmios | Seguros | Brasil | R\$ milhões

Mercado (até Julho)	2021	2022	Var %
Automóvel	20.837	27.489	32%
Pessoas (sem VGBL)	28.721	31.854	11%
Patrimonial	11.701	13.675	17%
Demais Ramos	18.066	21.896	21%
Total	79.325	94.914	20%

Obs.: Somente dados da Susep.

Mesmo em termos de rentabilidade das seguradoras (lucro líquido/patrimônio líquido), já houve também progresso. Em 2020 e 2021, houve queda nos números, um efeito direto da pandemia, como se observa no **gráfico 3**.

Gráfico 3 | Margem de Rentabilidade | Seguradoras | LL/PL



Mas, quando calculamos os valores provisórios de 2022, observamos que o patamar voltou aos seus números históricos de, no mínimo, 15% a 20% ao ano. Na **tabela 2**, uma estimativa de rentabilidade para esse ano.

Essa melhora na economia se expressou também no segmento das assessorias, como veremos a seguir, nos dados informados pelas empresas.

Tabela 2 | Estimativa de Rentabilidade Seguradoras | 2022

Até Junho, Anualizado	2021	2022
LL/PL	7,5%	17,8%



Análise Econômica



Nesse capítulo, apresentamos um perfil das assessorias, em termos administrativos e de recursos humanos. Depois, a análise econômica de seus dados.

A) ESTRUTURA INTERNA

No **gráfico 4**, temos a evolução da quantidade de corretores e de funcionários das filiadas, de 2016 a 2022. Observa-se a trajetória crescente, mesmo com todas as dificuldades ocorridas no país no período.

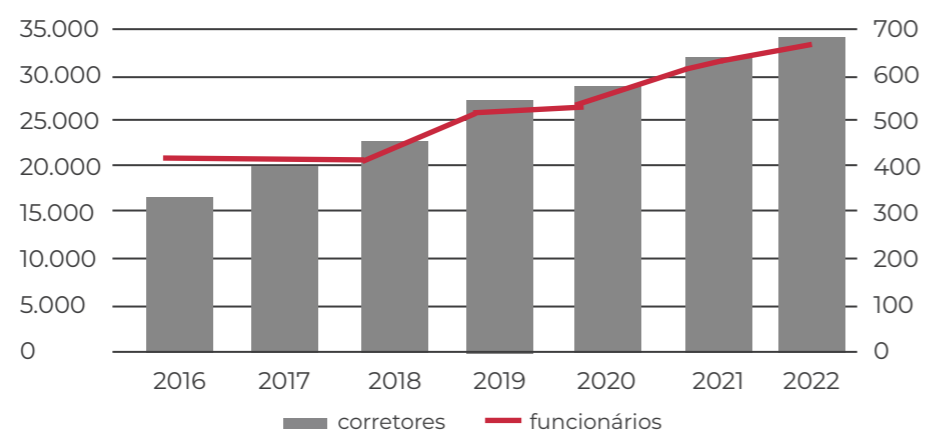
Nesse momento, todas as filiadas da Aconseg-SP geram aproximadamente 620 em-

pregos diretos, trabalhando com 35 mil corretores. A evolução é grande ao longo do tempo.

Como comparação, por exemplo, em 2016, esse número era de 380 e 16 mil, respectivamente.

Com relação a tais dados, dois pontos devem ser acrescentados. Pri-

Gráfico 4 | Corretores e Funcionários | Filiadas



meiro, na média, 50% dos funcionários das assessorias são alocados no setor comercial e 50% na área operacional. Essa relação proporcional tem se mantido ao longo do tempo.

Um segundo ponto é que o número total de corretores citado acima deve ter dupla contagem, pois ele é o resultado do somatório dos dados informados individualmente pelas assessorias, ou seja, os 35 mil corretores atuais não são exatamente corretores distintos, pois um corretor pode operar com mais de uma assessoria.

Na média, ao avaliar a distribuição das empresas, podemos dizer que uma assessoria padrão filiada trabalha com 10 funcionários e com 800 corretoras de seguros, embora a dispersão de tamanhos não seja pequena, como se observa na **tabela 3**. Nesse caso, quase 50% das afiliadas da Aconseg-SP operam com menos de 10 funcionários.

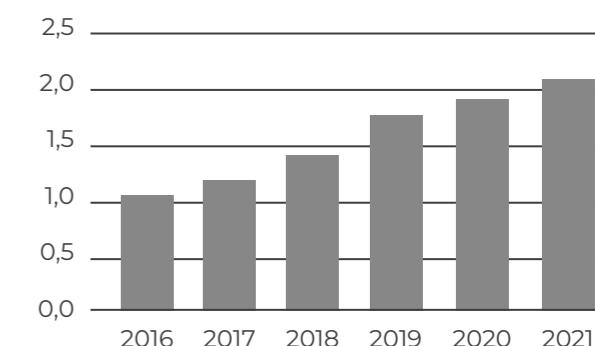
Tabela 3 | Tamanho das Assessorias | Quantidade de Funcionários

Funcionários	Distribuição %
Até 10	49%
De 11 a 30	36%
Acima de 30	15%
Total	100%

B) FATURAMENTO TOTAL

Outro ponto importante da análise de uma assessoria é a avaliação da receita. O **gráfico 5** apresenta os valores anuais de prêmios, de 2016 a 2021.

Gráfico 5 | Faturamento Anual | Prêmios | Aconseg-SP | R\$ bi



Na avaliação dos dados dos últimos anos, as seguintes tendências se destacam, para que se possa entender melhor os números:

- De 2016 a 2018, as assessorias filiadas estavam em uma trajetória crescente de receita de prêmios, em taxas acima da média do próprio mercado de seguros. Nesse período, o total passou de um patamar de R\$ 1 bilhão para R\$ 1,4 bilhão de prêmios por ano.

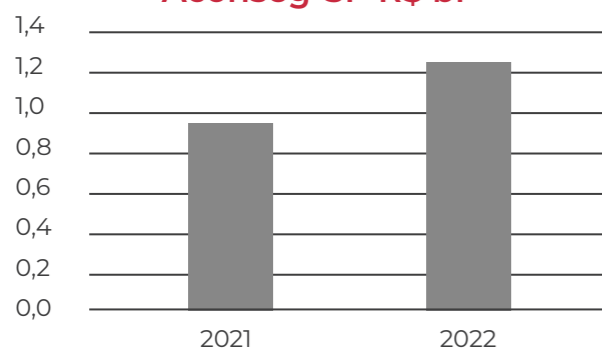
- Em 2019, houve um salto nos dados, pela entrada de inúmeras empresas na associação, mudando então a receita de um patamar de

R\$ 1,4 bilhão para R\$ 1,8 bilhão, somente de um ano para outro.

• Em 2020 e 2021, com a pandemia, a trajetória de crescimento foi diminuída, seguindo a tendência do mercado de seguros como um todo, sobretudo pelo comportamento mais tímido do ramo automóvel. Em dois anos, o valor passou apenas de R\$ 1,8 bilhão para R\$ 2 bilhões, ou seja, um pouco mais de 10% em dois anos.

Já o **gráfico 6** compara a variação do 1º semestre de 2022 com o 1º semestre de 2021. Nesse caso, já estamos em uma taxa de variação de quase 30% no ano, sinalizando uma recuperação extrema, ou seja, as projeções para 2022 são de retorno ao crescimento forte.

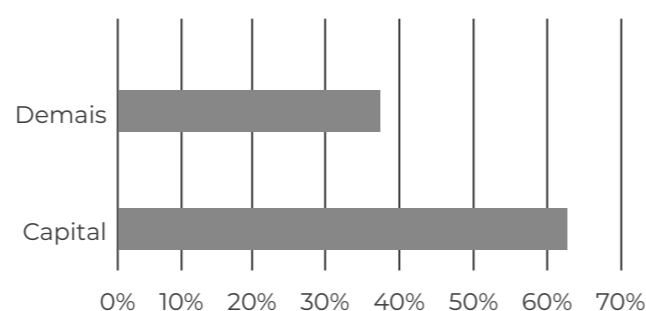
Gráfico 6 | Faturamento 1º semestre | Prêmios | Filiadas | Aconseg-SP R\$ bi



C) DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA

Outro aspecto avaliado no estudo foi a distribuição geográfica dos prêmios das assessorias. O **gráfico 7** apresenta tal situação, em dados do 1º semestre de 2022. As informações estão separadas em SP Capital e Demais Localidades (Interior de SP e outros Estados).

Gráfico 7 | Distribuição Geográfica dos Prêmios | Filiadas 2022/1



Como se observa, a maior presença está nos negócios da Capital, com 60% a 65% dos negócios das filiadas. A diferença se situa no interior e fora do Estado.

É interessante notar que, quando avaliamos a proporção de receita de prêmios Capital/Interior de seguros como um todo do Estado de São Paulo, a relação é mais próxima de



50/50, ou seja, teoricamente, haveria espaço de crescimento das assessorias filiadas no interior do Estado.

D) FATURAMENTO POR RAMOS

Nesse item, avaliamos a distribuição dos prêmios segundo os ramos de seguros – separados em Automóvel, Saúde, Pessoas, Ramos Elementares (RE) e os Demais Ramos. Esse critério tem sido usado desde o início de tal estudo, o que permite um histórico bastante consistente.

No **gráfico 8**, a proporção de receita, em dados do 1º semestre de 2022. Nesse momento, a liderança está dividida entre Automóvel (aproximadamente 52% do total) e Saúde (com 38%). Já o **gráfico 9** mostra somente a evolução da proporção do ramo Automóvel nos últimos anos, em dados do primeiro semestre de cada exercício. Nesse caso, é in-

teressante observar o crescimento da proporção do ramo nesse ano, quando voltou a ultrapassar o patamar de 50% do total da carteira.

Gráfico 8 | Proporção da Receita de Prêmios | Filiadas | 1º Sem./2022

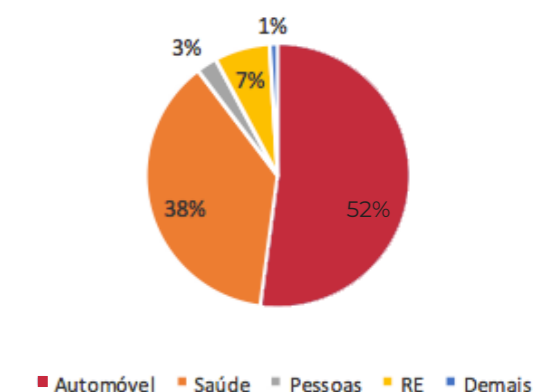
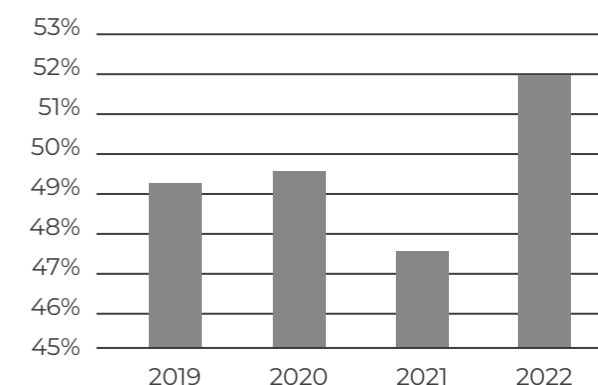


Gráfico 9 | Proporção da Receita de Prêmios | Automóvel | 1º semestre | Aconseg-SP



É oportuna fazer uma análise histórica desse comportamento.

Em 2016, quando esse estudo começou a ser realizado, 58% dos prêmios

mios das afiliadas vinham do seguro de Automóvel e 31% do segmento Saúde. Desde então, na década passada, o mercado das filiadas em termos de proporção dos ramos foi se transformando. O Automóvel foi perdendo importância relativa, ao contrário do ramo Saúde. Registramos também o aumento na carteira de Pessoas, mas em valores absolutos bem menores.

Esse movimento pode ser explicado parcialmente como compensação da crise econômica dos últimos anos e, especificamente, os problemas registrados na indústria automobilística. Assim, as assessorias começaram a buscar outras opções de negócios.

No 2º semestre de 2020, em um momento crítico da pandemia, com a mobilidade das pessoas bastante reduzida, e maioria das pessoas em casa, a participação dos dois ramos principais (Automóvel e Saúde) chegou a ser praticamente idêntica, 45% em cada um. Desde então, porém, com a diminuição dos efeitos da pandemia, o ramo Automóvel veio recuperando aos poucos a sua posição anterior, mas ainda sem atingir o nível existente



no meio da década passada. Agora, está em 52% dos prêmios das carteiras (abaixo dos 58% de 2016, mas acima do patamar de 45% do final de 2020).

Tal distribuição comentada acima mostra a importância que os ramos Saúde e Automóvel têm na receita das assessorias filiadas. No total, 90% dos prêmios vêm apenas desses dois ramos. O ramo Pessoas tem 3% do total, abaixo do seu potencial, quando comparamos com outros parâmetros. De qualquer maneira, esse ramo já representa um montante aproximado de R\$ 75 milhões em prêmios.

Por exemplo, agora vendo o mercado de seguros no Brasil como um todo, outro cálculo interessante é tomar como referência o estudo Ranking das Seguradoras¹, trabalho feito anualmente para o Sincor-SP. Nesse caso, os ramos Automóveis, Saúde e Pessoas representam, respectivamente, 20%, 26% e 27%, em dados de 2021, do



total do segmento dos produtos de seguros de riscos do País, ou seja, sem levar em conta os produtos de pessoas de acumulação.

Ainda na análise dos ramos, podemos fazer duas contas adicionais. Em 2021, as associadas da Aconseg-SP faturaram de prêmios de Automóvel em torno de R\$ 1 bilhão. Considerando que o faturamento desse ramo em todo o Estado de São Paulo foi de R\$ 16 bilhões nesse mesmo período, as associadas representariam quase 6,2% da receita de todo Estado nesse negócio.

Outra conta análoga pode ser feita na área de seguro Saúde. No

¹ Ver os dados de 2021 de todo o mercado de seguros.



Estado de São Paulo, existem 50% dos beneficiários na área de seguro Saúde, segundo estatísticas da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS). No Brasil, em 2021, o faturamento das seguradoras nesse ramo foi de R\$ 52 bilhões. Considerando que o faturamento dos produtos de saúde das assessorias filiadas no mesmo ano foi de quase R\$ 850 milhões, e fazendo as análises proporcionais, a participação das filiadas seria de um pouco acima de 3% no mercado paulista.

Em resumo, em números redondos, as assessorias filiadas à Aconseg-SP representam 6% do mercado paulista de seguro de Automóvel e 3% do mercado paulista de seguro Saúde.

E) FATURAMENTO POR SEGURADORAS

No último item desse capítulo, analisamos um ponto importante no estudo, que é determinar a distribuição dos prêmios das assessorias, segundo as seguradoras usadas. Ressaltamos, mais uma vez, que os dados individuais das assessorias não são divulgados nesse texto, so-

mente as informações agregadas do segmento.

No cálculo, algumas ponderações precisam ser feitas. Primeiro, a proporção é calculada em duas condições. Inicialmente, as operações totais e, em seguida, as operações excluindo os produtos de Saúde. Como se verá, a diferença na composição das seguradoras será marcante, dependendo de cada caso.

Outro aspecto técnico a ser considerado é que, em 2022, a carteira de Automóvel e de Ramos Elementares da SulAmérica foi adquirida pela Allianz. Apesar disso, as informações prestadas pelas assessorias ainda são de forma distinta, metodologia que será mantida aqui também, ou seja, as seguradoras serão identificadas de modo individualizado.

No **gráfico 10**, temos a apresentação das empresas, em todos os ramos. Como se observa, as cinco primeiras seguradoras (SulAmérica, Tokio, Bradesco, Suhai e Allianz) representam 81% do faturamento de todas as assessorias.

Gráfico 10 | Distribuição de Prêmios Totais | Seguradoras 1º Semestre/2022

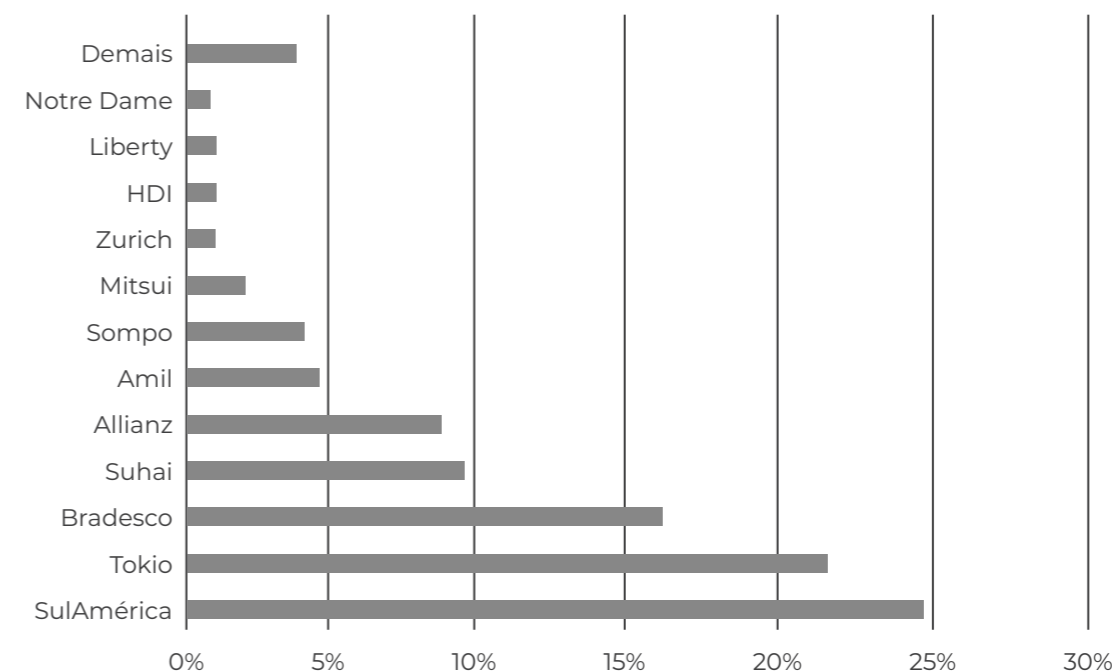


Tabela 4 | Distribuição dos Prêmios | Sem Saúde | 1º semestre/2022

Já a **tabela 4** avalia o mesmo período citado anteriormente, só que agora excluimos o seguro Saúde da receita de prêmios. Aqui, listamos a distribuição de prêmios das dez maiores seguradoras.

Seguradoras	%, 1º Semestre/2022
Tokio	34%
Suhai	16%
Bradesco	16%
Allianz	14%
Sompo	6%
Mitsui	3%
HDI	2%
Zurich	2%
Liberty	2%
SulAmérica	1%
Demais	4%
Total	100%

Perfil Tecnológico

Nesse capítulo, avaliamos o perfil tecnológico das assessorias. Essa análise foi dividida em duas partes (tecnologias e ferramentas), com perguntas específicas para cada fim.

A) TECNOLOGIAS MAIS USADAS:

Quais são as ferramentas de tecnologia mais usadas pelas assessorias?

1: Nunca ouvi falar.

2: Já ouvi falar, mas não tive interesse.

3: Comprei, mas não utilizei.

4: Comprei e utilizo, mas sem resultados significativos.

5: Comprei e utilizo, com resultados significativos.

- WhatsApp Corporativo
- Telefonia VOIP
- Telefonia em nuvem
- Gestão de e-mail em nuvem

Tabela 5 | Tecnologias mais Usadas | Assessorias

Respostas	WhatsApp Corporativo	Telefone VOIP	Telefone Nuvem	E-mail nuvem
Nunca ouvi falar	3%	3%	9%	6%
Já ouvi falar, mas não tive interesse	9%	66%	65%	23%
Comprei, mas não utilizei	0%	6%	0%	3%
Comprei e utilizo, mas sem resultados significativos	12%	3%	12%	17%
Comprei e utilizo, com resultados significativos	76%	23%	15%	51%
Total	100%	100%	100%	100%

Assim, temos as tecnologias mais usadas, com os resultados obtidos na **tabela 5**. Como se observa, os números são diversos.

Na análise dos dados, as tecnologias mais usadas são o WhatsApp Corporativo e o E-mail nuvem, com um bom grau de satisfação. Nesse momento, as outras tecnologias não interessam muito.

B) FERRAMENTAS MAIS USADAS PERGUNTA:

Nas ferramentas de tecnologia listadas, qualifique: (0) não sei informar; (1) Não é importante; (2) Pouco importante; (3) Importante; (4) Muito importante.

- () ERP (Sistema de Gerenciamento) com CRM
- () Sistema de Multicálculo para Corretores
- () Plataforma Virtual de Treinamento



Outra pergunta de caráter tecnológico foi avaliar quais são as ferramentas mais usadas. Tal situação está indicada na **tabela 6**.

De certa maneira, existe um consenso que todas as ferramentas citadas são úteis. Agora, o desafio estratégico é avaliar, no futuro, a eficiência do uso por parte das assessorias.

Tabela 6 | Ferramentas de Tecnologia mais Usadas | Assessorias

Respostas	ERP com CRM	Multicálculo	Plataforma Treinamento
Não sei informar	14%	3%	6%
Não é importante	0%	3%	0%
Pouco importante	6%	9%	6%
Importante	23%	37%	37%
Muito importante	57%	49%	51%
Total	100%	100%	100%

Perfil de Marketing



Nesse capítulo se avalia o perfil de marketing das assessorias, análise também separada em duas partes. Primeiro, a sua estrutura. Em seguida, as ferramentas mais usadas.

A) ESTRUTURA

Com relação à sua estrutura de marketing, como ela está organizada (escolha apenas uma opção)?

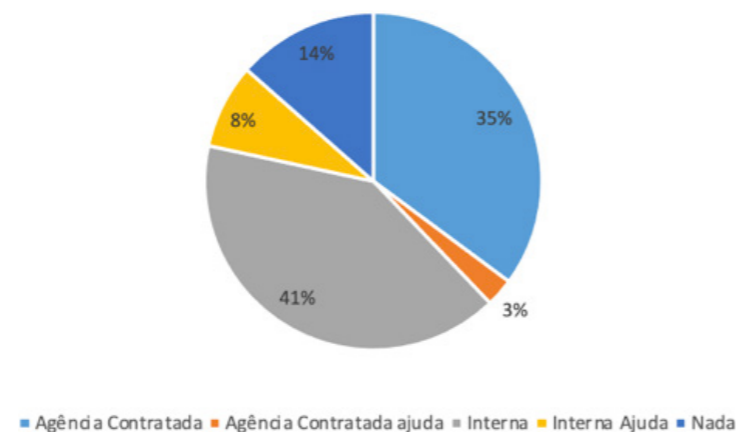
- Possuímos uma agência de marketing que presta serviços para a nossa Assessoria.
- Possuímos uma agência de marketing que presta serviços para a nossa Assessoria e para os nossos corretores.
- Possuímos uma equipe interna de marketing para solucionar demandas da nossa Assessoria.
- Possuímos uma equipe interna

de marketing que presta serviços para a nossa Assessoria e para os nossos corretores.

Não possuímos contrato com alguma agência de marketing ou uma equipe interna de marketing na Assessoria.

No **gráfico 11**, os resultados encontrados.

Gráfico 11 | Estrutura Tecnológica | Assessorias



Na análise dos dados, vemos que aproximadamente 45% das assessorias têm uma estrutura interna de marketing, enquanto outras 40% contratam uma agência externa. Aproximadamente 15% das empresas não fazem nada nessa área e apenas 10% das assessorias têm alguma estrutura (interna ou externa) que também é utilizada para apoiar os corretores.

B) FERRAMENTAS

Quais são as ferramentas de marketing mais usadas pelas assessorias? 1: Nunca ouvi falar. 2: Já ouvi falar, mas não tive interesse. 3: Comprei, mas não utilizei. 4: Comprei e utilizo, mas sem resultados significativos. 5: Comprei e utilizo, com resultados significativos.

Ferramentas de armazenamento e gestão de informações para gestão do relacionamento com clientes (CRM).

Ferramentas especializadas em Edição de Imagens.

Ferramentas especializadas em Disparos de E-mails Marketing.

Ferramentas para captura de Leads para atração de corretores.

Ferramentas para captura de Leads para atração de clientes para os corretores parceiros.

Impulsioneamento (investimento) em geração de publicidade em redes sociais.

Tabela 7 | Ferramentas de Marketing mais Usadas | Assessorias

Respostas	CRM	Edição Imagens	E-mail Marketing
Nunca ouvi falar	3%	3%	3%
Já ouvi falar, mas não tive interesse	47%	44%	33%
Comprei, mas não utilizei	3%	6%	3%
Comprei e utilizo, mas sem resultados significativos	17%	14%	28%
Comprei e utilizo, com resultados significativos	31%	33%	33%
Total	100%	100%	100%
Respostas	Leads Corretores	Leads Clientes	Redes Sociais
Nunca ouvi falar	8%	6%	3%
Já ouvi falar, mas não tive interesse	64%	83%	42%
Comprei, mas não utilizei	6%	0%	6%
Comprei e utilizo, mas sem resultados significativos	8%	8%	36%
Comprei e utilizo, com resultados significativos	14%	3%	14%
Total	100%	100%	100%

No estudo, foram sugeridas seis ferramentas e os resultados são mostrados na **tabela 7**. Como se observa, os resultados são distintos. Em termos resumidos, dois pontos podem ser destacados. Primeiro, as ferramentas que geram leads para clientes e corretores praticamente não são usadas. Segundo, as ferramentas CRM, Edição de Imagem, e-mail Marketing e Redes Sociais são mais populares. Mas, mesmo nesse caso de maior uso, aproximadamente a metade das assessorias não utiliza nenhuma das ferramentas de marketing citadas.

Tendências e Confiança

Nesse capítulo, são feitas análises para captar tendências, expectativas e projeções no segmento das assessorias.

A) TAXA DE CRESCIMENTO

Nesse momento, como você estima a sua variação de prêmios de seguros de 2022 com relação a 2021?

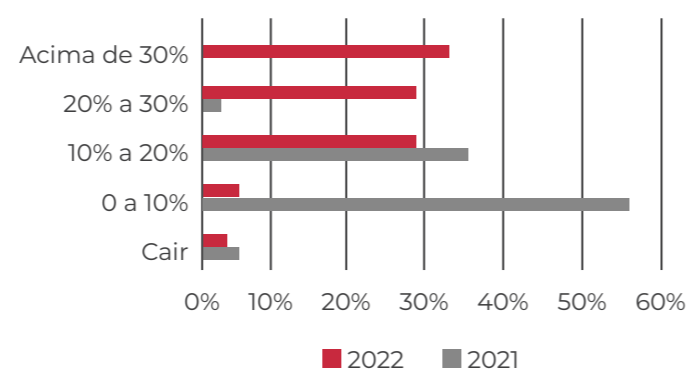
- () Os prêmios irão cair nesse ano.
- () Os prêmios subirão de 0% a 10%.
- () Os prêmios subirão de 10% a 20%.
- () Os prêmios subirão de 20% a 30%.
- () Os prêmios subirão mais de 30%.

Essa pergunta tem sido repetida desde o relatório anterior, e permite medir as expectativas de faturamento das assessorias para cada ano inteiro, com os dados parciais disponíveis até aquele momento.

O **gráfico 12** compara as previsões

desse momento com as previsões no mesmo momento do ano anterior. Nesse caso, as diferenças são significativas. Por exemplo, pelo relatório anterior, em setembro de 2021, apenas 6% das assessorias esperavam crescer mais do que 20% em 2021. Já em setembro de 2022, o otimismo é muito maior, já que 62% das assessorias esperam ter tal taxa mínima para o ano de 2022. Assim, com essas estimativas, e

Gráfico 12 | Previsões de Crescimento para cada Exercício | 2021 e 2022



considerando que o faturamento de prêmios total das assessorias em 2021 foi de R\$ 2 bilhões, devemos ultrapassar o patamar de R\$ 2,5 bilhões em 2022.

B) ÍNDICE DE CONFIANÇA

Nesse item, também tal como em relatórios anteriores, calculamos um índice de confiança² para as assessorias filiadas. Este tipo de metodologia tem crescido no Brasil, com aplicações inclusive no mercado de seguros.

Aqui, o conceito básico é medir o que as empresas esperam que aconteça em um período futuro, avaliando os seus graus de otimismo ou pessimismo. No cálculo realizado nesse texto, consideramos o horizonte do final de 2022 e no início de 2023, levando em conta três fatores: economia brasileira, faturamento das assessorias e rentabilidade das assessorias.

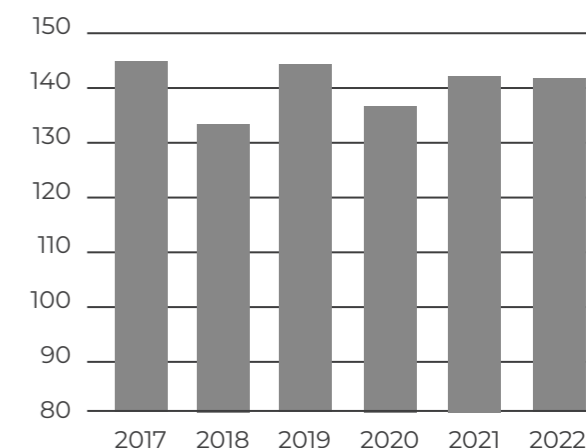
A partir dessas informações, e após cálculos estatísticos, é definido esse índice, cujo valor varia de 0 a 200. O número 100, que divide o índice ao meio, sinaliza que a expectativa

atual é que a situação permaneça a mesma no futuro. Por outro lado, quanto maior esse valor, mais otimista está o segmento, e vice-versa.

A partir das respostas obtidas, determinamos em cada relatório a evolução do indicador nos últimos anos. Historicamente, no caso das assessorias, esse valor tem sido sempre positivo (bem acima de 100 pontos), o que é um aspecto favorável para o setor, ou seja, o otimismo é uma constante entre as empresas filiadas.

Os resultados estão mostrados no **gráfico 13**.

Gráfico 13 | Indicador de Confiança | Aconsef-SP



² Confira artigo sobre essa metodologia.



C) CENÁRIO CURTO PRAZO

Com relação aos tópicos abaixo, como você avalia a tendência no curto prazo? Ou seja, para os próximos 12 meses, em relação ao momento atual. 0: Não Sei. 1: Menor do que o nível atual. 2: Igual ao nível atual. 3: Maior do que o nível atual.

- () O uso de tecnologia nas corretoras.
- () Venda de Veículos.
- () Contratação de seguros de forma digital.
- () Presença do Open Insurance no Brasil.
- () As pessoas trabalharão mais de casa.
- () Problemas psicológicos na população.

Tabela 8 | Expectativas de Curto Prazo | Assessorias

Respostas	Tecnologia Corretores	Venda de Veículos	Contratação Digital
Não Sei	0%	5%	0%
Menor do que o atual	0%	24%	3%
Igual ao atual	16%	51%	30%
Maior do que o atual	84%	19%	68%
Total	100%	100%	100%
Respostas	Open Insurance	Home Office	Problemas Psicológicos
Não Sei	22%	0%	8%
Menor do que o atual	0%	8%	0%
Igual ao atual	35%	54%	32%
Maior do que o atual	43%	38%	59%
Total	100%	100%	100%

Nesse momento, foram feitas perguntas sobre as transformações econômicas e sociais esperadas pelas assessorias, em um cenário de curto prazo.

Os resultados estão na **tabela 8**.

Na análise dos números, alguns pontos se destacam. Primeiro, existe uma forte expectativa entre as assessorias que os corretores usarão, cada vez mais, a tecnologia. Em um nível também alto, mas levemente inferior, a crença do crescimento da contratação digital de seguros.

Desde a pandemia, existe um crescimento na preocupação dos problemas psicológicos na população de modo geral. Tal sentimento também é captado entre as assessorias. Quanto à venda de veículos e o home office, existe um sentimento que a situação nesse momento já esteja equilibrada e permaneça assim, ou seja, nas mesmas taxas atuais. Quanto ao Open Insurance, há a expectativa de que ele possa crescer, mas ainda há incerteza.

D) PRESENÇA DAS SEGURADORAS

A partir de agora, um cálculo interessante a ser feito é o que avalia a presença dos produtos das segura-

doras nos negócios das assessorias.

Essa situação está representada na **tabela 9**, quando consideramos as seguradoras que têm um valor nesse indicador acima de 30%, ou seja, as seguradoras que estão com seus produtos, no mínimo, na carteira de 30% das assessorias filiadas.

Em geral, mesmo que haja uma certa defasagem de tempo, talvez exista certa correlação positiva entre o maior faturamento de prêmios e a quantidade de assessorias na carteira. Dessa forma, a seguradora teria, teoricamente, um acesso maior aos corretores e clientes.

Tabela 9 | % de Presença das Seguradoras nas Carteiras | Assessorias

Número	Seguradoras	Presença
1	HDI	64%
2	Suhai	64%
3	SulAmérica	56%
4	Tokio	56%
5	Allianz	49%
6	Sompo	41%
7	MAG	38%
8	Amil	31%
9	Bradesco	31%
10	Excelsior	31%
11	Ituran	31%

Conclusões

Em relação a esse texto, destacamos os seguintes pontos na conclusão:

- Esse é o 7º ano que tal estudo é realizado, o que proporciona um repertório muito rico de indicadores. O seu objetivo principal é aumentar a transparência do segmento das assessorias filiadas à Aconseg-SP, o que, em consequência, irá promover a eficiência dos negócios de todos os agentes envolvidos com tais empresas.

- Em 2022, os efeitos da pandemia já estão bem mais reduzidos, com o mercado de seguros voltando ao seu patamar de desenvolvimento tradicional. Nas assessorias filiadas, isso ficou bem claro, e deve ultrapassar o patamar de R\$ 2,5 bilhões em prêmios nesse ano.

- Os ramos mais importantes continuam a ser o Automóvel e a Saúde. Em 2022, registre-se a recuperação do Automóvel, após ficar certo tempo em um patamar sem grandes avanços.

- De modo geral, o cenário delineado por esse relatório é de otimismo, de um setor que tem crescido acima das médias do segmento de seguros.

Responsável técnico |
Francisco Galiza

Produção editorial e gráfica |
Cobertura Editora



A FORÇA E A IMPONÊNCIA DAS ASSESSORIAS EM SEGUROS É FRUTO DO TRABALHO DE TODAS AS EMPRESAS EM CONJUNTO SOB O GUARDA-CHUVA DA ACONSEG-SP. É IMPORTANTE ENTENDER A NOSSA CRESCENTE PARTICIPAÇÃO NA INDÚSTRIA DE SEGUROS, RECONHECER NOSSOS PONTOS FORTES E TER O CONHECIMENTO DAS FRENTE COM POTENCIAIS DE NEGÓCIOS”

Helio Opirari Junior, presidente da Aconseg-SP

CONFIRA OS
RELATÓRIOS ANTERIORES



ACONSEG SP



active
assessoria

Ação imediata
Assessoria em seguros

ASSECOR
ASSESSORIA

BRASIL
assessoria em seguros

axpert

Base
BUSINESS - INSURANCE & AGR

beta

4

C6Seg



christ
ASSESSORIA EM SEGUROS

cobroker
HUB INSURANCE

Continental

oposul
ASSESSORIA

FUTURAÇÃO
CONSULTORIA DE SEGUROS

f.luvisi
ASSESSORIA AO CORRETOR

FONSEG
ASSESSORIA

Friends City
Assessoria de Seguros

Genebra

HITS
ASSESSORIA

humana
SEGUROS

Intercor
Assessoria em Seguros

Labour
SEGUROS

Lexus
assessoria de seguros

MARCHAN
ASSESSORIA

MAXFORT
ASSESSORIA

MAXIMO360

MONTENEGRO
SEGUROS

NBA
ASSESSORIA EM SEGUROS

Novo Milênio
ASSESSORIA DE SEGUROS

OPIPARI
ASSESSORIA EM SEGUROS

PERSONAL PREV
Assessoria de Seguros

Presto Seguros Power

Ragaz **RENASEG**

Rizk & Almeida
Assessoria em Seguros

R&S
ASSESSORIA SEGUROS
DESDE 1977

SANZ
ASSESSORIA

VALOR-AÇÃO
SEGUROS

VITÓRIA
ASSESSORIA EM SEGUROS

VERITAS
SEGUROS

WL
ASSESSORIA EM SEGUROS