

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

ACONSEG SP

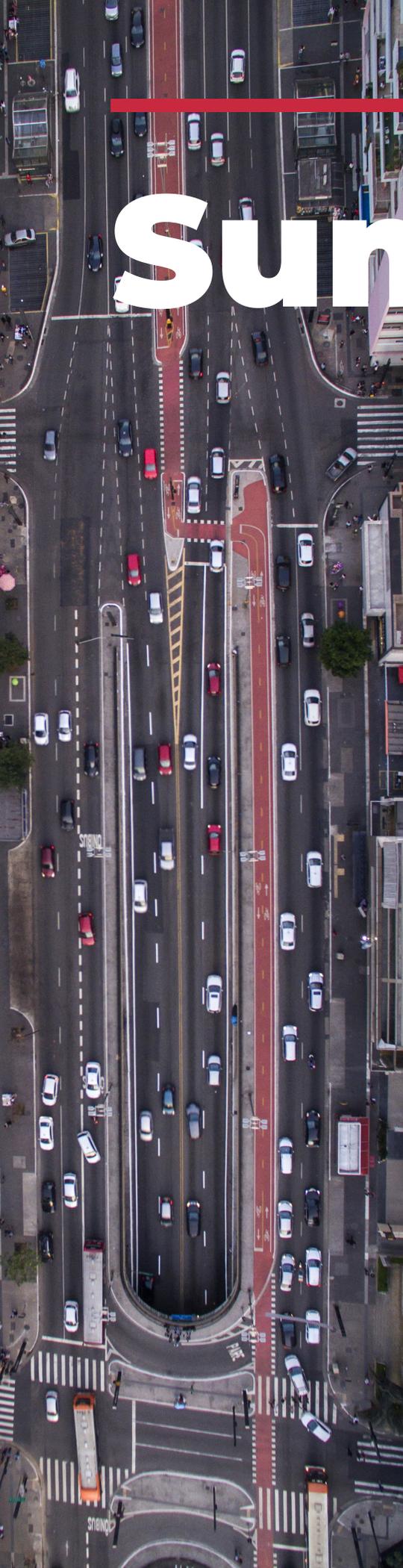
6º RELATÓRIO

ACONSEG-SP

O Mercado
de Assessorias
e Consultorias
no Estado de SP

Francisco Galiza
www.ratingdeseguros.com.br
Outubro/2021

20
21



Sumário

03

QUEM É A
ACONSEG-SP

04

INTRODUÇÃO

06

CENÁRIO ATUAL

08

ANÁLISE
ECONÔMICA

15

CONFIANÇA E
PROJEÇÕES

24

CONCLUSÕES

Quem é a Aconseg-SP



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. Em 2021, a instituição soma 36 empresas, mostrando o fortalecimento da instituição ao longo do período.

Os objetivos da associação:

- Congregar as empresas associadas, visando a solução de problemas comuns, defender seus direitos e interesses coletivos, bem como promover a expansão de suas atividades;
- Estudar os assuntos relacionados com a atividade de assessoria e consultoria de seguros, principalmente no que se refere às relações com seguradoras, corretores de seguros e órgãos públicos vinculados ao setor;
- Cooperar para o aprimoramento

técnico dos métodos de produção de seguros, de modo a alcançar maior produtividade e melhores padrões de desempenho;

- Contribuir para a melhoria da eficiência da gestão de seguradoras e de corretores de seguros, com o consequente aumento de sua participação na economia nacional;
- Colaborar com o constante aperfeiçoamento dos sistemas de trabalho, que permita o envolvimento de seguradoras e corretoras de seguros;

Hoje, é um segmento importante de distribuição de seguros no Estado de São Paulo, responsável pela produção de R\$ 2 bilhões de prêmios por ano e pela geração de 580 empregos diretos, além de ajudar dezenas de milhares de corretores de seguros na realização de seus negócios.

Introdução

Institucionalmente, a Aconseg-SP tem dois objetivos estratégicos definidos:

- **No caso das corretoras, proporcionar um suporte operacional e comercial eficiente, o uso da melhor tecnologia disponível, a redução no tempo de atendimento e a agilidade na obtenção das informações.**
- **Já para as seguradoras, o enfoque é outro. Para citar alguns fatos, a economia de recursos, o incremento da produção por novos corretores, a fidelização de corretores nas seguradoras, além de facilitar a comunicação das seguradoras com a base dos corretores das assessorias.**

Ao final, nos dois casos, o cliente sai favorecido.

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

Assim como nos textos anteriores ^{1 2 3 4 5}, esse trabalho será composto por uma análise econômica, institucional e histórica e, em seguida, outro tópico

que corresponde a um questionário enviado a todas as assessorias, que o respondem em caráter sigiloso, ou seja, somente os dados agregados dessa pesquisa são divulgados.

A seguir, tal estudo se divide da seguinte forma, além dessa introdução. No **capítulo 1**, uma avaliação resumida do cenário atual do setor de seguros. A partir do **capítulo 2**, apresentamos os resultados da pesquisa, iniciando com um perfil das filiadas, em termos administrativos e de recursos humanos. Em seguida, um resumo das informações econômicas enviadas pelas assessorias como, por exemplo, o faturamento por ramos e por seguradoras. No **capítulo 3**, um perfil da estratégia das empresas, suas demandas e o cálculo de um índice de confiança para essas empresas, visando com isso medir as expectativas das mesmas e, na sequência, as conclusões.

Naturalmente, agradecemos o apoio das associadas pelo envio das informações e, em particular, da diretoria executiva da Aconseg-SP, na realização continuada de tal estudo.



¹ Relatório de 2016 | http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/Relatorio_Aconseg_SP.pdf
² Relatório de 2017 | http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/relatorio_aconseg_2017.pdf
³ Relatório de 2018 | http://ratingdeseguros2.hospedagemdesites.ws/wp/wp-content/uploads/2018/12/relatorio_aconseg_2018.pdf
⁴ Relatório de 2019 | http://ratingdeseguros2.hospedagemdesites.ws/wp/wp-content/uploads/2020/01/relatorio_aconseg_2019.pdf
⁵ Relatório de 2020 | <http://www.aconsegsp.com.br/site/wp-content/uploads/2020/03/relatorio-anual.pdf>

Cenário Atual

Os dados da tabela 1, a seguir, mostram a evolução do faturamento do setor de seguros no Brasil, nos anos de 2019 e 2020.

Tabela 1 | Faturamento das Seguradoras – 2019 e 2020 – R\$ milhões

R\$ milhões	2019	2020	Var. %
Automóvel	36.024	35.241	-2,2%
Patrimonial	16.323	17.514	7,3%
Pessoas	46.439	48.110	3,6%
Saúde	45.762	47.743	4,3%
Riscos Financeiros	4.505	5.329	18,3%
Transportes	3.831	3.613	-5,7%
Demais	13.521	16.894	25,0%
Total 1	166.404	174.445	4,8%
DPVAT	2.068	165	-92,0%
Total 2	168.472	174.610	3,6%
VGBL	114.767	112.707	-1,8%
PGBL	10.747	10.828	0,8%
Total 3	293.986	298.146	1,4%



Em relação a tais números, os seguintes aspectos podem ser destacados:

- Em 2020, a receita Total 1 (somente os produtos de riscos, sem DPVAT e sem os produtos de acumulação) atingiu R\$ 174,4 bilhões, com variação de 4,8% em relação ao ano anterior.
- A receita Total 2 (somente sem os produtos de acumulação) atingiu R\$ 174,6 bilhões, com variação de 3,6% em relação a 2019. Por fim, a receita Total 3, com R\$ 298,1 bilhões em 2020, obteve variação de 1,4% em relação ao ano anterior.
- Como referência, desde 2017, a receita Total 1 cresceu 21%, a receita Total 2 cresceu 17% e a receita Total 3 cresceu 12%.
- Segundo a tabela, neste último ano, nos produtos de risco, as maiores perdas de crescimento foram nos ramos automóvel e transportes, uma consequência direta do momento que o País viveu de diminuição na mobilidade, causada pela pandemia e diminuição de atividade econômica. Entretanto, outros seg-

mentos tiveram ganhos, como os seguros rurais, alocados na conta de Seguros Demais.

- Uma característica importante nos últimos anos foi a perda de importância relativa do seguro de automóvel (mesmo sem levar em conta o DPVAT) no mercado brasileiro. Por exemplo, em 2010, a sua receita era quase 30% maior do que a receita de seguros de pessoas (sem VGBL). No ano passado, foi quase 30% menor.

Em 2020, em resumo, podemos dizer que houve queda (ou avanços bem modestos) em ramos importantes do setor de seguros, devido sobretudo à pandemia e à crise econômica. Isso afetou o comportamento de todo o setor de seguros e também das assessorias, naturalmente, como se verá a seguir.

De qualquer maneira, nos dados parciais de 2021, já observamos melhoras nos números e nas previsões, revelando que o cenário mais crítico parece ter passado.

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

A seguir, algumas características básicas das assessorias.

- Em termos de estrutura interna, a grande maioria das assessorias filiadas (65% do total) trabalha com apenas um escritório.
- Na média, há dez funcionários em cada companhia, divididos igualmente em termos operacional e comercial.
- As assessorias filiadas à Aconseg-SP geram 580 empregos diretos, a partir de questionário enviado às filiadas.

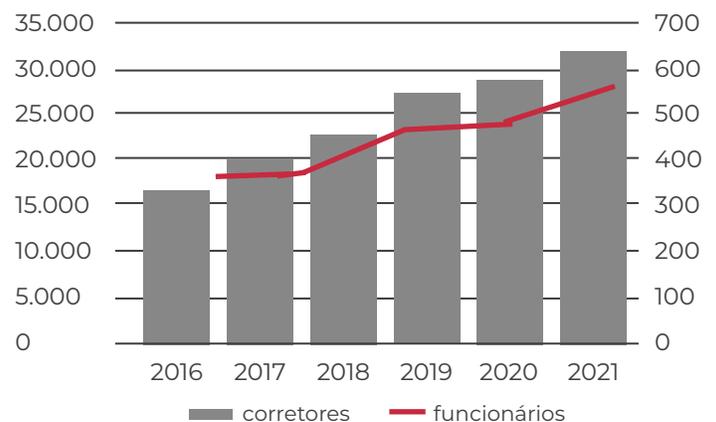
- Atualmente, as assessorias trabalham com mais de 30 mil corretoras. Esse número deve ter dupla contagem, pois ele é o resultado do somatório dos dados informados individualmente, ou seja, não são corretores distintos, pois um corretor pode operar

com mais de uma assessoria.

- Em média, cada assessoria trabalha com 750 corretoras de seguros.

No **gráfico 1**, a evolução da quantidade de corretores e de funcionários nos últimos anos. Observar a trajetória crescente, mesmo com todas as dificuldades ocorridas no País.

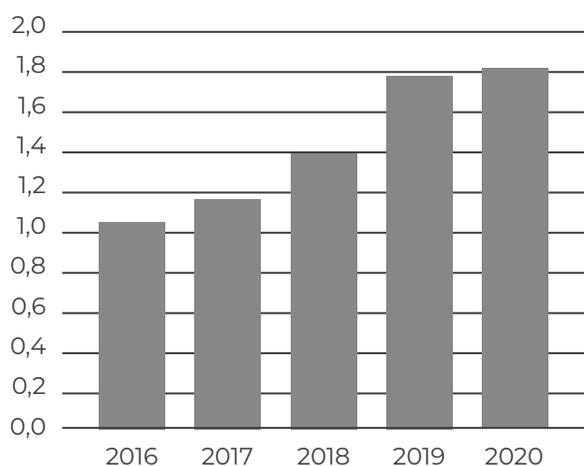
Gráfico 1 | Corretores e Funcionários | Filiadas



B) FATURAMENTO TOTAL

O **gráfico 2** apresenta os valores anuais de prêmios, de 2016 a 2020.

Gráfico 2 | Faturamento Anual | Prêmios | Aconseg-SP | R\$ bi

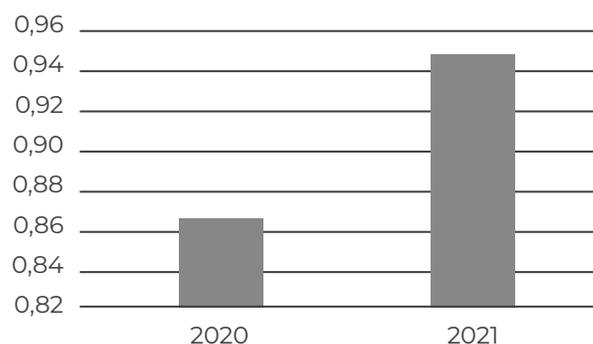


Na análise dos dados, três tendências se destacam. De 2016 a 2018, as assessorias estavam em uma trajetória crescente de receita de prêmios, em taxas acima da média do mercado. Em dois anos, passou de R\$ 1 bilhão para R\$ 1,4 bilhão de prêmios. Em 2019, houve um salto nos dados, pelo crescimento da associação, mudando de um patamar de R\$ 1,4 bilhão para R\$ 1,8 bilhão, de um ano para outro. Em 2020, com a pandemia, a trajetória de crescimento foi interrompida, seguindo a tendência do mercado de seguros como um todo.

O **gráfico 3** compara a variação do 1º semestre de 2021 com o 1º semestre de 2020. Nesse caso, já estamos

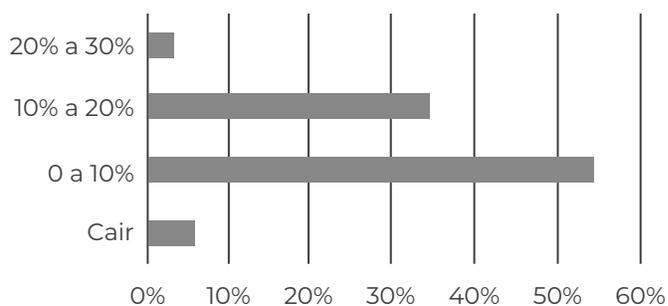
em uma taxa de variação de quase 10%, sinalizando uma recuperação diante da pandemia nesse ano. As projeções para esse ano são de retorno ao crescimento.

Gráfico 3 | Faturamento 1º semestre | Prêmios | Filiadas | R\$ bi



Uma das perguntas enviadas às assessorias foi uma estimativa de crescimento anual para 2021. Assim, quase 55% das empresas disseram que vão crescer de zero a 10% e 35% delas de 10% a 20%, conforme **gráfico 4**, ou seja, a tendência será mantida.

Gráfico 4 | Previsão de Crescimento em 2021

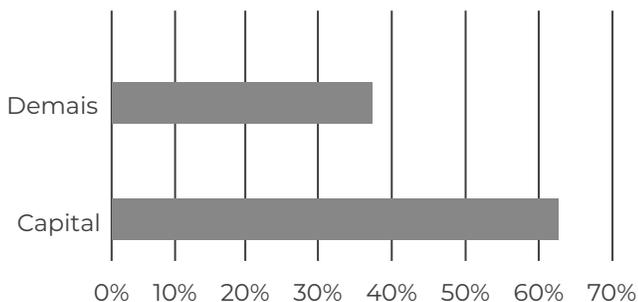


Ainda em termos de previsão – e considerando o patamar de faturamento e a taxa de crescimento estimada para esse ano -, é razoável supor que os prêmios gerados pelas filiadas cheguem a R\$ 2 bilhões em 2021.

C) DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DA RECEITA

Outro aspecto avaliado no estudo foi a distribuição geográfica dos prêmios. O gráfico 5 apresenta tal situação, em dados do 1º semestre de 2021. As informações estão separadas em SP Capital e Demais (Interior de SP e outros Estados).

Gráfico 5 | Distribuição Geográfica dos Prêmios | Filiadas 2021/1



Como se observa, a maior presença está nos negócios da Capital, com quase 65% dos negócios das filiadas, o interior fica com 25% do total e os outros 10% fora do Estado.

É interessante notar que, quando

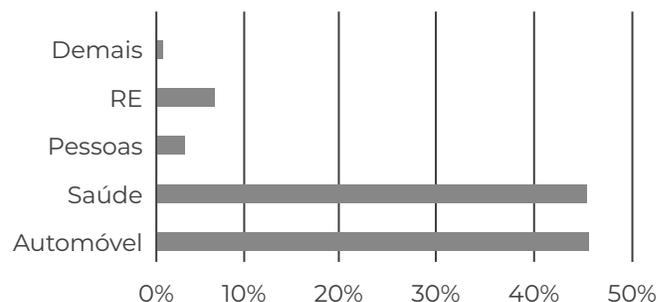
avaliamos a proporção de receita de prêmios Capital/Interior de seguros de tal Estado, a relação é mais próxima de 50/50, ou seja, teoricamente, haveria espaço de crescimento das assessorias filiadas no interior do Estado de São Paulo.

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.

No gráfico 6, a proporção de receita, em dados do 1º semestre de 2021. A liderança está dividida entre automóvel (aproximadamente 45% do total) e saúde (em um valor muito próximo).

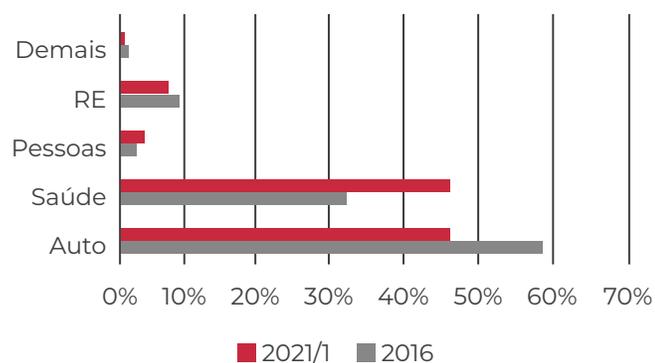
Gráfico 6 | Distribuição de Prêmios | Ramos | 1º sem/2021





Já o **gráfico 7** apresenta a evolução da receita, comparando o ano de 2016 com os valores do 1º semestre de 2021.

Gráfico 7 | Evolução da Proporção de Receita de Prêmios



A análise é interessante, pois mostra como o perfil do segmento se alterou ao longo do tempo. Em 2016, 58% dos prêmios das afiliadas vinham do seguro de automóvel. Agora, tal número é 45%. Já a participação do segmento de saúde passou de 31% para

45%. Registramos também aumento na carteira de pessoas, mas em valores absolutos 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 buscaram outras opções de negócios, ou seja, um ponto importante a reiterar é que, hoje, os ramos automóvel e saúde têm a mesma proporção de receita de prêmios nas assessorias filiadas.

A distribuição comentada acima mostra a importância que os ramos saúde e automóvel têm na receita das assessorias. No caso do ramo de pessoas, a evolução relativa no período foi grande, de 2% para 3%, um crescimento proporcional de 50% de participação. Embora, sem dúvida, ainda haja um grande espaço para desenvolvimento.

Ainda nessa linha, ao considerar os 45% do ramo saúde, os 3% do ramo pessoas e a participação de previdência (alocada no segmento de demais ramos), podemos dizer que as assessorias filiadas têm aproximadamente uma proporção de 50/50, na comparação dos produtos de benefícios e ramos elementares. Essa é uma conclusão importante desse texto.

Agora, vendo o mercado de seguros no Brasil como um todo, outro cálculo interessante é tomar como referência o estudo Ranking das Seguradoras, trabalho feito anualmente para o Sincor-SP. Nesse caso, os ramos automóveis, saúde e pessoas representam, respectivamente, 20%, 27% e 28%, em dados de 2020, do total do segmento dos produtos de seguros de riscos do País.

Ao analisar a composição e a evolução dos ramos no País, vemos que, ao longo do tempo, o ramo automóvel tem perdido espaço no mercado segurador brasileiro, como mostram os **gráficos 8 e 9**.

Gráfico 8 | Receita | Seguro de Auto (sem DPVAT) | Brasil | R\$ bi

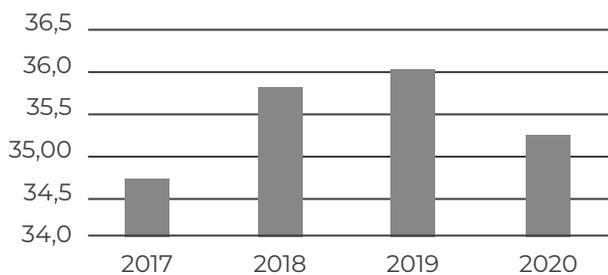
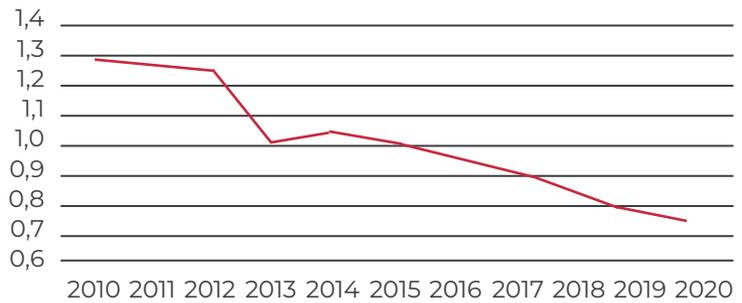


Gráfico 9 | Proporção Receita Seguro Auto (sem DPVAT)/Pessoas



Ainda na análise dos ramos, podemos fazer duas contas adicionais. Em 2020, as associadas da Aconsec-SP faturaram de prêmios de automóvel em torno de R\$ 850 milhões. Ao considerar que o faturamento desse ramo em todo o Estado de São Paulo foi de R\$ 15,1 bilhões nesse mesmo período, as associadas representam quase 5,5% da receita de todo Estado nesse negócio.

Outra conta análoga pode ser feita na área de seguro saúde. No 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 2020, o faturamento das seguradoras nesse ramo foi de R\$ 48 bilhões. Ao considerar que o faturamento dos produtos de saúde das assessorias filiadas no mesmo ano foi de R\$ 750 milhões, a participação das filiadas seria de 3% no mercado paulista.



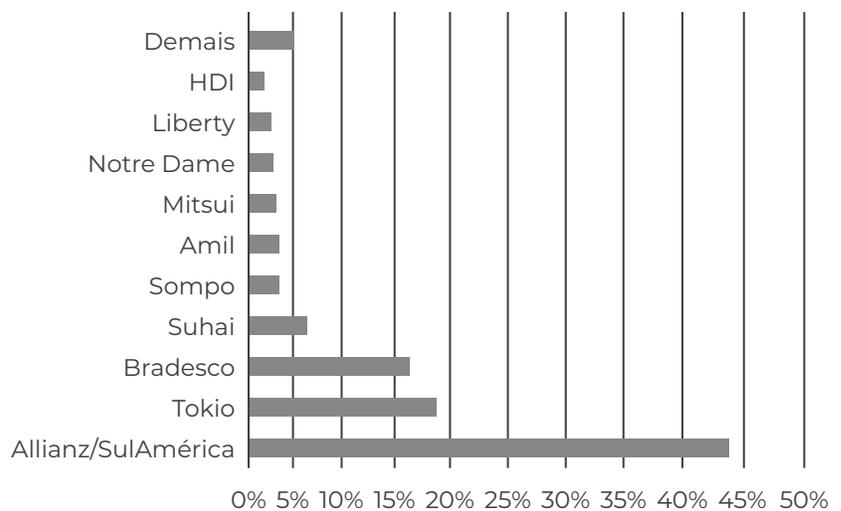
E) FATURAMENTO POR SEGURADORAS

Nesse item, analisamos um ponto importante no estudo, que é determinar a distribuição dos prêmios das assessorias entre as seguradoras. Ressaltamos, mais uma vez, que os dados individuais das assessorias não são divulgados.



Nesse ano, uma mudança importante foi a compra da carteira de automóvel e de ramos elementares da SulAmérica pela Allianz no meio de 2020. Mas, tal medida foi, na prática, implementada apenas em 2021. Em vista disso, nas informações a seguir, excepcionalmente devido a tal momento de transição, os números dessas duas empresas foram agrupados.

Gráfico 10 | Distribuição de Prêmios | Seguradoras | 1º sem/2021



No **gráfico 10**, temos a distribuição dos dados dos prêmios do 1º semestre de 2021 das principais seguradoras. Nesse caso, as 11 primeiras seguradoras são listadas, que representam 95%

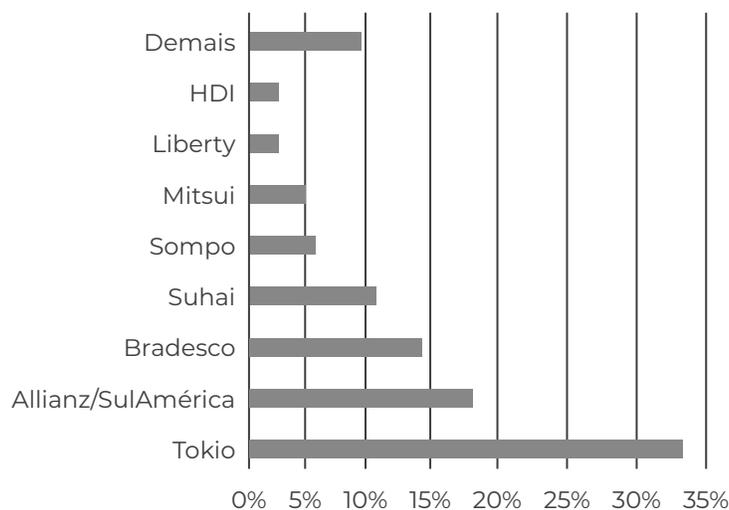
de toda a receita da associação, ou seja, uma amostra bem significativa. Nessa estatística, as três maiores seguradoras são Allianz/SulAmérica, Tokio e Bradesco.

Tabela 2 | Distribuição dos Prêmios | Sem Saúde | 1º semestre/2021

Seguradoras	%, 1S/2021
Tokio	33%
Allianz/SulAmérica	18%
Bradesco	14%
Suhai	10%
Sompo	6%
Mitsui	5%
Liberty	2%
HDI	2%
Demais	10%
Total	100%

Já a **tabela 2** avalia o mesmo período citado anteriormente, só que agora excluimos o seguro saúde da receita de prêmios. Aqui, listamos a distribuição de prêmios das nove maiores seguradoras, sobrando 10% para as outras companhias. Agora, as três maiores seguradoras são Tokio, Allianz/SulAmérica e Bradesco.

Gráfico 11 | Distribuição de Prêmios (sem saúde) | 1º sem/2021



No **gráfico 11**, a ilustração dessa mesma situação, já representada na tabela. Aqui, mais uma vez, agrupamos as duas seguradoras citadas anteriormente.

Confiança e Projeções

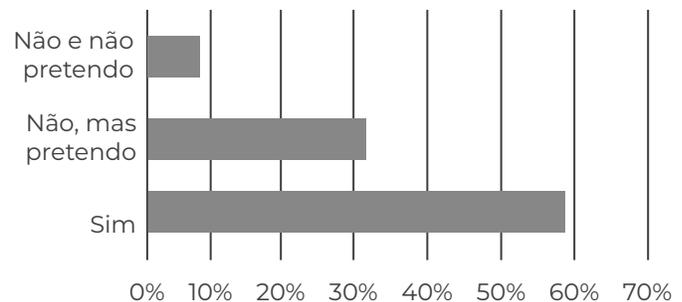
Nesse capítulo, os tópicos foram separados em três partes. Primeiro, se avaliou como as assessorias estão se posicionando estrategicamente. Depois, se calculou o Índice de Confiança do Setor, raciocínio que vem sendo feito também nos últimos relatórios. E, por fim, um questionamento qualitativo de como a assessoria pode alcançar a excelência em termos de suporte técnico para as corretoras, ou seja, o registro de diversos depoimentos das empresas.

A) CONTRATAR FUNCIONÁRIOS DE BENEFÍCIOS

Uma primeira avaliação foi avaliar se as assessorias já trabalham ou pretendem contratar funcionários específicos para cuidar da sua área de benefícios. Nesse ano, essa pergunta foi inserida devido ao potencial de crescimento desse segmento no mercado de seguros.

Os resultados são apresentados no **gráfico 12**.

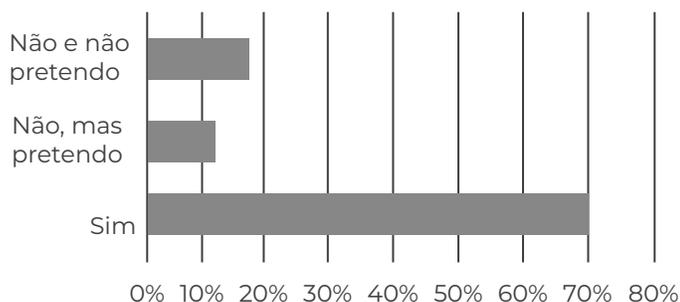
Gráfico 12 | Contratar Funcionário Benefícios



Na situação atual, quase 60% das assessorias já têm um profissional especializado. Além disso, 30% das empresas não têm, mas pretendem fazer essa contratação em algum momento. Apenas 10% das empresas não seguirão a estratégia de ter alguém especializado.

B) TRABALHAR EM CASA

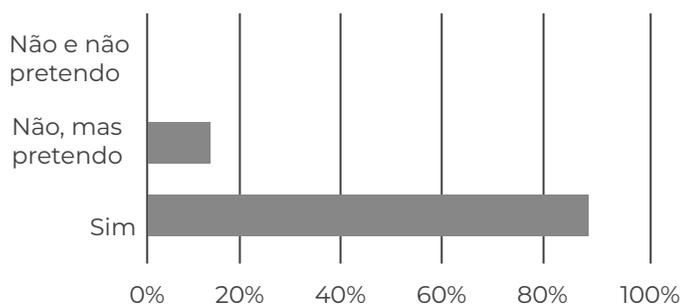
Agora, a avaliação é se, mesmo após a pandemia, haverá, parcialmente e de alguma forma, o trabalho de casa (o famoso “home office”) para seus funcionários. Na análise dos dados, 80% das empresas empregam ou irão empregar essa política, mas 20% não pretendem seguir essa estratégia. As respostas estão no **gráfico 13**.

Gráfico 13 | Trabalhar em casa

C) MAIS INVESTIMENTO EM MARKETING

O mercado de seguros está cada vez mais competitivo. Nesse ano, se questionou se as empresas pretendem aumentar o seu investimento em marketing. A resposta foi unânime. Todas as assessorias ou já estão fazendo isso ou pretendem fazer. Essa é, de fato, uma preocupação relevante para o setor.

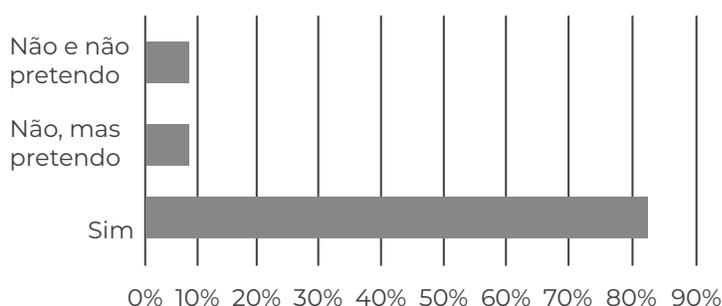
As respostas estão mostradas no **gráfico 14**.

Gráfico 14 | Mais Investimento em Marketing

D) ASSESSORIA MAIS DIGITAL

A última questão qualitativa de múltipla escolha foi se existe a predisposição das assessorias de se tornarem mais digitais.

Os resultados estão mostrados no **gráfico 15**. Os números mostram que 80% das empresas já estão nesse movimento e 10% ainda não, mas estão querendo ir também nessa direção. Apenas 10% das companhias não têm tal intenção.

Gráfico 15 | Transformar Assessoria mais Digital

E) INDICADOR DE CONFIANÇA

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

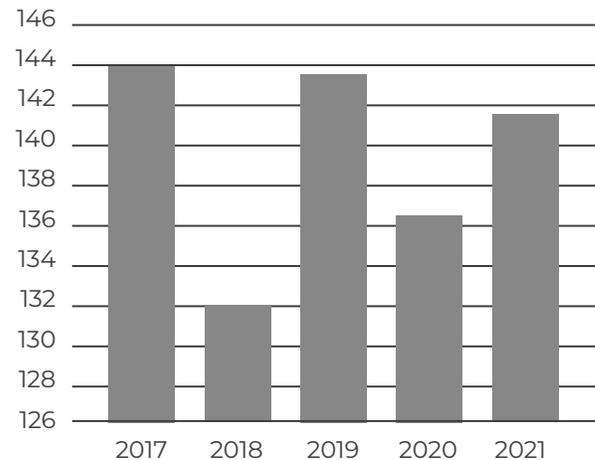
Aqui, o conceito básico é medir o que as empresas esperam que aconteça em um período futuro, avaliando os seus graus de otimismo ou pessimismo. No cálculo realizado nesse texto, consideramos o horizonte do final de 2021 e no início de 2022, levando em conta três fatores: economia brasileira, faturamento e rentabilidade das assessorias.

A partir dessas informações, e após cálculos estatísticos, é definido esse índice, cujo valor varia de zero 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 a evolução do indicador nos últimos anos. Historicamente, embora o número tenha variado, esse valor tem sido sempre positivo (acima de 100 pontos), o que é um aspecto bem favorável para o setor, ou seja, o otimismo é uma constante entre as empresas filiadas.

Os resultados estão mostrados no **gráfico 16**.

Gráfico 16 | Evolução do Indicador de Confiança



Na análise da evolução do indicador, observamos que houve uma recuperação em 2021 em relação ao ano anterior, mas ainda sem atingir o patamar de 2017, o mais alto do histórico. Os valores mais baixos estão registrados nos anos de 2018 (possivelmente pela crise econômica) e 2020 (pela pandemia).

F) EXCELÊNCIA EM SUPORTE TÉCNICO

O último tópico desse capítulo foi avaliar como uma assessoria pode alcançar a excelência em termos de suporte técnico para as corretoras. Na **tabela 3**, um resumo dos depoimentos das empresas. São observações importantes, pois mostram o que pensa a categoria.

Depoimentos

Tabela 3 | Depoimento das Assessorias | Excelência de Suporte Técnico

Alcançará a excelência a assessoria que souber unir estratégia, tecnologia, conhecimento dos produtos comercializados e valor humano.

Nós, da Aconsef-SP, temos um Departamento de Tecnologia que cuida disso.

Estar próximo ao parceiro, realizar contatos frequentes e visitas periódicas através de um corpo funcional especializado nos segmentos de auto, benefícios e ramos elementares, com objetivos de identificar novas oportunidades, atualizar as recentes técnicas, tendências e exigências das seguradoras e disponibilizar um atendimento personalizado, rápido e eficaz.

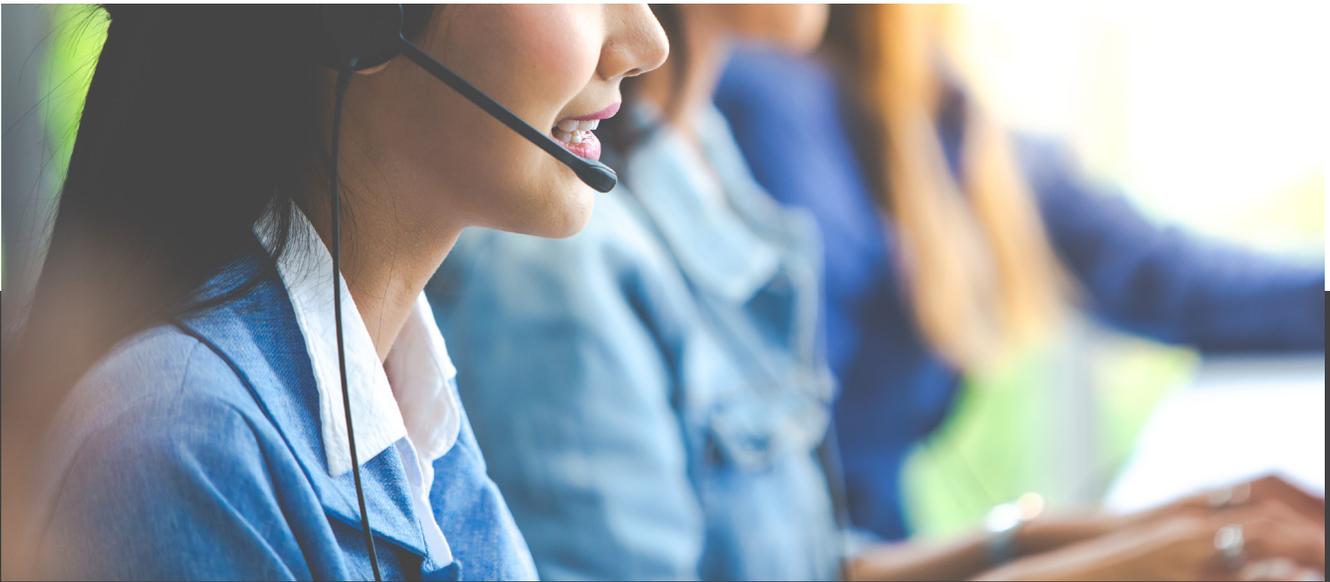
Com ferramentas tecnológicas, investimento e formação da equipe.

Oferecer ao corretor recursos de tecnologia, se equipar com recursos e ferramentas de tecnologia, assessoria com orientações e oportunidades para o corretor diversificar mais produtos aos seus segurados.

Melhorar o nível e o investimento em tecnologia.

Segmentar o atendimento, aumentando o foco nos novos produtos e tendências do mercado segurador.





O nome já diz, a assessoria é feita para assessorar e é isso que temos que fazer sempre: atendimento próximo, humilde e humano, que não pode ser deixado de lado, e, lógico, ensinando nossos corretores a utilizar a tecnologia e disponibilizando ferramentas para todos.

É preciso inovar constantemente, pensar e agir no atendimento, focar no consumidor com planejamento e estratégia, ter empatia, planejamento e valorizar a agilidade na informação e entrega e, por fim, estar mais próximo ouvindo e disponibilizando ferramentas que agreguem e ajudem no crescimento dos corretores.

Tendo profissionais bem preparados e disponíveis para o apoio ao corretor, e também oferecendo treinamento sobre produtos e tecnologia. Dominando profundamente todos os produtos ofertados pela assessoria, pois observamos a carência técnica dos corretores pelo fato de terem um portfólio de seguradoras bastante grande e fica praticamente impossível o conhecimento de cada respectivo produto.

Depoimentos

A única forma é investindo em tecnologia.

Análise macro de dados e informações, mais parceiros seguradores e gestão de backoffice para corretores.

Equipe capacitada para dar o suporte aos corretores no conhecimento dos produtos, desenvolvimento para a apresentação e venda, e atualização dos processos e aceitação na companhia.

Hoje, a maioria dos corretores não tem tanta habilidade técnica nos demais ramos além do seguro de automóvel, simplesmente pelo fato de a sua formação já vir calcada neste ramo. Por este fato, nós queremos desenvolver o conhecimento técnico nos demais ramos com os nossos corretores, e assim fortalecer cada dia mais a nossa parceria.

Treinamentos, Marketing Digital, Equipe bem treinadas.

Atuando de forma multidisciplinar, com visão 360, usando toda expertise de seus colaboradores para aumentar o faturamento de seus corretores.

Simplesmente dando suporte técnico de qualidade. Tendo, em seu quadro, funcionários operacionais e comerciais com experiência de muitos anos no mercado. O corretor sabe quando está tratando com um bom profissional. E isto faz a diferença.

Ele precisa é de suporte técnico. Tecnologia e marketing para mim são complementares.

Treinamentos constantes da equipe.

O diferencial das assessorias sempre foi o atendimento, e por mais que as seguradoras ofereçam canais de atendimento digital, o corretor busca sempre o atendimento rápido e ágil que as assessorias sempre proveram.

Excelência é muito relativo, é importante manter a atenção nas mudanças do mercado e ter a capacidade de se adaptar rapidamente aos cenários tecnológicos, de vendas/ distribuição

As seguradoras precisam nos abastecer com informações, sistemas e ferramentas, para que possamos atender o corretor na íntegra. Hoje, somos muito dependentes.

Oferecendo ao corretor um suporte rápido, prático e assertivo. Realizando o atendimento presencial ou virtual, da forma em que o corretor se sinta à vontade a resolver e tratar assuntos comerciais e técnicos.

Se atualizando com as mudanças regulatórias e pandêmicas, e investindo em tecnologia digital para a distribuição e/

ou promoção, na geração de oportunidades aos corretores, em novos negócios, nichos e formas de vendas.



Depoimentos

Acredito que colocar o foco em treinamento constante e medir o nível de satisfação dos corretores a todo tempo.

Estando “próxima” ao corretor de seguros. Não trabalhando apenas no atendimento passivo, e sim tendo uma rotina de contatos com o parceiro (relacionamento próximo), desenvolvendo negócios, fazendo treinamentos, oferecendo oportunidades, desenvolvendo estratégia de negócios em conjunto, dentre outros.

Pelo porte da empresa, temos uma Central de Atendimento própria, com uma equipe qualificada, que presta um serviço ágil e assertivo. O atendimento é feito por telefone, WhatsApp, telegrama e e-mail, onde todas as conversas são gravadas, registradas e com uma contínua gestão de resultados e KPIs.



Realizando treinamento aos funcionários e corretores, deixando-os capacitados para concretizar as vendas dos produtos das seguradoras e atendimento aos segurados. Amplo conhecimento dos produtos e particularidades de cada seguradora. Tecnologia.

Excelência em suporte técnico só vem acompanhado de um excelente conhecimento e atendimento. Nossa assessoria investe constantemente em reciclagem e aperfeiçoamento.

Agora que temos uma aceleração brutal da digitalização de todo o ecossistema de seguros, deve-se investir cada vez mais em ferramental tecnológico, marketing digital capacitando os colaboradores para assim apoiar e atender os corretores. Da mesma forma que os corretores humanizaram o relacionamento digital com seus clientes, essa também deve ser uma preocupação das assessorias, mantendo um relacionamento mais próximo junto aos corretores.



Conclusões

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

- Esse é o sexto ano que tal estudo é realizado. O seu objetivo principal é aumentar a transparência do segmento das assessorias filiadas à Aconsef-SP, o que, em consequência, irá promover a eficiência dos negócios de todos os agentes envolvidos com tais empresas. Lembramos que, como muitas análises não foram repetidas em cada novo texto, é recomendável também a leitura dos materiais dos anos anteriores, já citados nas referências, caso o leitor deseje mais detalhes de como funciona tal categoria.
- Em 2021, o ponto mais importante desse relatório é, sem dúvida, avaliar e analisar os efeitos finais da pandemia e de como o setor está reagindo em tal momento de transição, ou seja, como voltar a crescer, já que, em 2020, a situação ficou, no máximo, estável.
- Hoje, na análise do perfil das companhias, as assessorias filiadas geram 580 empregos diretos, divididos quase simetricamente em

funcionários das áreas comercial e operacional. Atualmente, as assessorias informaram que trabalham com mais de 30 mil corretores de seguros, embora deva haver dupla contagem. Nos últimos anos, esses valores têm sido crescentes.

- Na análise da evolução dos prêmios, três tendências se destacam. De 2016 a 2018, a receita de prêmios estava crescendo, em taxas acima da média do mercado. Em dois anos, passou de R\$ 1 bilhão para R\$ 1,4 bilhão de prêmios. Em 2019, houve um salto nos dados, mudando de um patamar de R\$ 1,4 bilhão para R\$ 1,8 bilhão, de um ano para outro. Em 2020, com a pandemia, a trajetória de crescimento foi interrompida, seguindo a tendência do mercado de seguros como um todo. Para 2021, o setor deve voltar em sua trajetória de crescimento, possivelmente em taxas de 10% a 15% ao ano. A estimativa é que, nesse ano, o valor se aproxime dos R\$ 2 bilhões;
- Em 2021, houve recuperação nos indicadores de confiança em relação a 2020, mas em valores ainda menores do que em 2016, ou seja,

pelos expectativas atuais, o pior da pandemia já teria passado.

- Os ramos mais importantes são os automóvel e saúde. Nos últimos anos, o ramo saúde tem crescido de participação. Para o futuro, se acredita muito nos seguros de benefícios, como resultado da pandemia. Isso se espelhou na predisposição de muitas assessorias em investir mais em funcionários com tal especialidade. Hoje, os produtos de benefícios representam metade do faturamento de prêmios das assessorias filiadas.
- As seguradoras que mais produzem com as assessorias são SulAmérica, Tokio, Bradesco, Allianz, Suhai, Sompo, Amil, Mitsui, Notre Dame, Liberty e HDI. Essas 11 empresas representam 95% de todos os prêmios gerados pelas assessorias.
- Após essa crise, pela opinião e depoimentos das empresas, será um mercado mais tecnológico e com mais marketing. Haverá trabalho de casa (“home office”), mas não de forma integral ou de modo unânime, na análise estratégica das assessorias.



Diretoria da Aconsef-SP 2020-2022

Helio Opipari Junior | **presidente**

Jairo Christ | **vice-presidente**

Marcos Colantonio | **presidente do Conselho**

Ricardo Montenegro | **diretor financeiro**

Leandro Henrique | **diretor administrativo**

Alberto Novais | **diretor interior**

www.aconsefsp.com.br

Responsável Técnico

Francisco Galiza

www.ratingdeseguros.com.br

Outubro/2021