

# ESECS-PJ

## ESTUDO SOCIOECONÔMICO DAS EMPRESAS CORRETORAS DE SEGUROS



**FENACOR**

AGOSTO / 2013





# ESECS-PJ

ESTUDO SOCIOECONÔMICO DAS  
EMPRESAS CORRETORAS DE SEGUROS

## DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente

**Armando Vergilio dos Santos Junior**

Vice-Presidente

**Robert Bittar**

Diretor Secretário

**Joaquim Mendanha de Ataídes**

Diretor Tesoureiro

**Cláudio Simão**

## EQUIPE TÉCNICA

**Francisco Galiza**

Coordenador

**Gianni Moreira**

Superintendente Administrativa e Financeira

**William Rodrigues**

Coordenador de TI

**Jorge Clapp**

Assessor de Imprensa

**Claudio Contador**

Diretor da Escola Nacional de Seguros

Carla Campos – CRB-7/4244

Responsável pela elaboração da ficha catalográfica

---

F376 FENACOR.

Estudo socioeconômico das empresas corretoras de seguros – pessoa jurídica (ESECS-PJ) / Rating de Seguros Consultoria. -- Rio de Janeiro : FUNENSEG, 2013.

101 p. ; 29,7 cm

O trabalho foi solicitado pela FENACOR – Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros, elaborado por Francisco Galiza, da Rating de Seguros Consultoria.

ISBN 978-85-7052-557-4

1. Corretora de seguros – Estudo socioeconômico. I. Rating de Seguros Consultoria. II. Título.

0013-1280

CDU 368.032.1:330.1(078.7)

---



# SUMÁRIO

RESUMO EXECUTIVO, **7**

I) INTRODUÇÃO, **9**

II) ANÁLISE DO SETOR DE CORRETAGEM DE SEGUROS NO BRASIL, **11**

II.1) Macroeconomia e Seguros, **11**

II.2) Ambiente Político-Econômico do Setor, **28**

III) RESULTADOS DA PESQUISA ESECS-PJ, **31**

III.1) Características Básicas, **31**

III.2) Perfil Profissional, **35**

III.3) Avaliação Mercadológica, **57**

III.4) Necessidade das Corretoras – Assuntos Relevantes, **68**

III.5) Necessidade das Corretoras – Condição Tecnológica, **87**

IV) CONCLUSÕES PRINCIPAIS, **97**

V) ANEXO: PESQUISA ENVIADA, **99**





# RESUMO EXECUTIVO

O tópico principal deste estudo foi uma pesquisa realizada com dois mil corretores de seguros em todo o Brasil. Algumas conclusões obtidas sobre uma Corretora mais comum existente no mercado:

- 65% da receita da carteira pertencem a corretores pessoas físicas.
- A carteira de automóvel representa 56% da sua receita. Em seguida vêm os seguros de ramos elementares, com aproximadamente 15% da receita.
- Mais de 80% das Corretoras renovam, no mínimo, 80% da sua carteira anualmente.
- Têm quatro funcionários (incluindo o corretor), sendo um deles um parente.
- A grande maioria das Corretoras tem uma receita de R\$ 150 mil/ano. Na região Sudeste, contudo, 8% dessas empresas faturam mais de R\$ 1.400 mil/ano.
- 75% a 80% das Corretoras trabalham com até cinco seguradoras.
- 25% dos sócios têm também outro negócio, além de corretagem de seguros.
- Atualmente, os três temas mais importantes para as Corretoras de Seguros são, nesta ordem: riscos declináveis, preços diferenciados e vendas on-line.
- 85% das Corretoras já digitalizam os seus documentos (mesmo de forma parcial).
- 11% das Corretoras têm Twitter (mas Corretoras maiores usam muito mais) e 43% dessas empresas já utilizam o Facebook.







## I) INTRODUÇÃO

O objetivo deste estudo foi realizar uma análise detalhada do mercado de corretores de seguros no Brasil. Este trabalho foi encomendado pela Fenacor.

Inicialmente, no capítulo II, há uma análise legal, política e econômica do segmento de corretores de seguros, inserida também na realidade macroeconômica do país.

Em seguida, no capítulo III, fez-se uma pesquisa detalhada, com quase dois mil Corretoras de Seguros, ao longo de três meses. Essa amostra corresponde a, aproximadamente, 7% do universo de Corretoras de Seguros existentes. Em termos operacionais, foi enviado um e-mail com o link da pesquisa para resposta no próprio site da Fenacor.

Entre outros objetivos, este estudo visou a entender as características profissionais principais desse tipo de empresa, uma avaliação da sua estratégia, suas necessidades principais, condições tecnológicas, etc. O capítulo III é, então, o mais longo do texto, pois mostra, além dos resultados obtidos (com dezenas de tabelas e gráficos), as conclusões segundo os diversos perfis de companhia e as suas localizações geográficas.

No capítulo IV estão as conclusões principais obtidas.

No capítulo V, denominado de anexo, a pesquisa enviada.



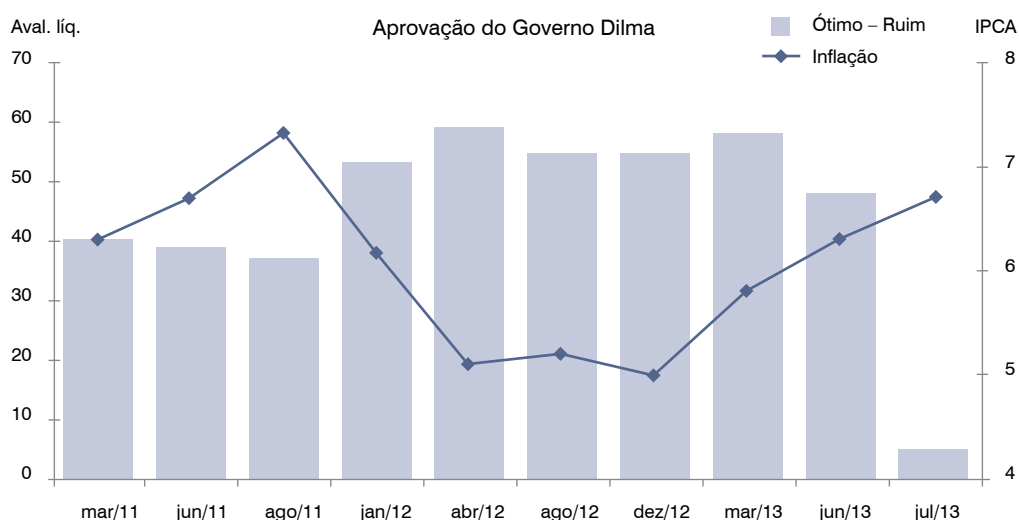
## II) ANÁLISE DO SETOR DE CORRETAGEM DE SEGUROS NO BRASIL\*

### II.1) Macroeconomia e Seguros

#### A) INTRODUÇÃO

Como é de conhecimento público, o ambiente político se deteriorou nos últimos meses. Isso resultou em uma piora nos indicadores de popularidade no Governo Federal, como mostra o Gráfico II.1, que compara a avaliação da administração da Presidente Dilma com a taxa de inflação em 12 meses medida pelo IPCA vigente no período da sondagem.

**GRÁFICO II.1 – PESQUISA DATAFOLHA – LÍQUIDO DAS RESPOSTAS “ÓTIMO” E “RUIM”**



\*Análise concluída em julho/2013.

As causas da queda da popularidade do governo Dilma, de 27 pontos na pesquisa do DataFolha de julho, ou seja, de 57% para 30% de aprovação (ou ainda maior, considerando-se que o saldo de respostas de avaliação “Ótima” e “Ruim” desaba de 48% para 5%), ainda não estão decodificadas, mas a inflação não é o único responsável. Esse fator é inédito na história política recente do Brasil, uma vez que as quedas de popularidade de governantes anteriores foram semeadas pela inflação fora de controle, e em seguida reforçadas por algum fato novo – em geral, por denúncias de corrupção. Na administração Dilma, mesmo com o aumento gradual da inflação desde dezembro de 2012, a sua popularidade se manteve, e até cresceu em março de 2013, para desabar em junho.

A resposta do Governo às manifestações ainda não conseguiu resolver as causas primárias da insatisfação. Os focos centrais permanecem sem explicação convincente, o que pode cultivar um ambiente aberto a novos eventos dessa natureza. As incertezas podem ter vida longa e ser tema das eleições de 2014. Os resultados de 2013 e do primeiro semestre de 2014 terão peso nas campanhas, e ao lado da conjuntura econômica serão atores importantes nesse cenário.

## B) AS QUESTÕES MACROECONÔMICAS CENTRAIS

As mais diversas sondagens de opinião confirmam a rápida deterioração das expectativas da sociedade. Os sonhos de um crescimento do PIB de quase 4% formulados no final de 2012 para 2013 sumiram, como apontam as sondagens Focus do Banco Central. É mais provável uma taxa nos arredores de 2,2%. As mesmas sondagens previam 4,7% para 2014, e em julho de 2013 desabaram para 3%. A deterioração das expectativas foi generalizada para a inflação, contas públicas, saldo comercial e conta corrente, para citar algumas variáveis que norteiam as decisões de empresários e famílias. O resumo dessas variáveis está reproduzido na Tabela II.1.1, com as estatísticas observadas em 2012 e as projeções para 2013.

TABELA II.1.1 – RESUMO DO AMBIENTE MACROECONÔMICO		
Variável	2012	2013 <sup>e</sup>
Crescimento do PIB, %	0,9	2,3
Consumo privado, %	3,1	2,6
Formação de investimentos, %	-4,0	5,3
Taxa de desemprego, %	5,5	5,7
<b>TAXA DE INFLAÇÃO, %</b>		
• IPCA	5,8	6,1
• IGP-M	7,8	4,7
Superávit primário, % PIB	2,4	1,5
Dívida líquida/PIB, %	35,1	34,9
Exportações, US\$ bilhões	242,6	248,0
Importações, US\$ bilhões	223,1	241,3
Conta corrente, US\$ bilhões	-54,2	-75,1
Ingresso de investimentos diretos, US\$ bilhões	65,3	58,5

Fontes: IBGE, FGV, BACEN. Estimativa baseada em SILCON e Consensus.

## C) ATIVIDADE ECONÔMICA

Com a taxa de investimento fixo estagnada nos 18,1% do PIB, não há como ampliar o crescimento do produto potencial, hoje limitado nos 3,5% ao ano. Insistir em crescer mais rápido simplesmente acelera a inflação. Não existe mágica nessa conta, e um crescimento econômico sustentado de 6% ao ano exige, hoje, dada a relação marginal capital-produto, uma taxa de investimento fixo acima de 25% do PIB. Não é isso o que está ocorrendo.

Em um balanço do primeiro semestre de 2013, os resultados das Contas Nacionais do primeiro trimestre de 2013 acentuaram as frustrações. Se não fosse o crescimento da Agropecuária, o Produto Interno Bruto ficaria estagnado no mesmo nível do último trimestre de 2012. O crescimento do PIB foi de apenas 0,6%, já corrigidos de sazonalidade, sobre o trimestre anterior, e de 1,2% no acumulado em quatro trimestres. Este foi um resultado inferior ao que era esperado, com base nas estatísticas do IBC-Br do Banco Central, e surpreendeu negativamente até os analistas menos otimistas.

Esperava-se que o produto da Indústria apresentasse um crescimento positivo próximo de zero, mas a queda atingiu 1,2%. A Construção Civil – outra atividade que não dá mostras de reação – cresceu apenas 0,3% no acumulado em quatro trimestres, e os Serviços, 0,7%. O produto da Agropecuária, com expansão de 3,9% no acumulado de quatro trimestres, evitou um desastre maior. Pela ótica da demanda, o crescimento do consumo continua em destaque, com o das famílias em 3%, e o do Governo, em 2,8%. Repetindo o quadro desde o segundo trimestre de 2012, ocorreu nova queda na formação de capital fixo, agora com retração de 2,8% no acumulado em quatro trimestres. A taxa de investimento fixo atingiu 18,1%, cada vez mais distante dos 23-25% para um crescimento do PIB mais elevado. No comércio externo, nenhuma surpresa: a perda de competitividade do Brasil se fez sentir na queda de 2,3% do nível real das exportações. As importações cresceram 0,6%. O discurso do Governo Federal enfatiza agora que o crescimento econômico foi adiado para 2014. É a mesma promessa feita em 2011, perante os 2,7% de crescimento do PIB. Os prognósticos de crescimento econômico para 2013 minguiaram para o intervalo 2,5-2,8%.

TABELA II.1.2 – CONTAS NACIONAIS – CRESCIMENTO DO ACUMULADO EM QUATRO TRIMESTRES, %						
	2010	2011	2012			2013
			II	III	IV	I
<b>PRODUTO INTERNO BRUTO</b>						
• R\$ bilhões correntes	3.770	4.143	4.272	4.324	4.403	4.480
• Taxa de crescimento	7,5	2,7	1,2	0,9	0,9	1,2
<b>ÓTICA DA OFERTA</b>						
• Agropecuária	6,5	3,9	1,5	0,8	-2,3	3,9
• Indústria	10,4	1,6	-0,5	-0,9	-0,8	-1,2
• Construção civil	11,7	3,6	2,9	2,3	1,4	0,3
• Serviços	5,5	2,7	1,6	1,5	1,7	0,7
<b>ÓTICA DA DEMANDA</b>						
• Consumo das famílias	6,9	4,1	2,5	2,6	3,1	3,0
• Consumo do Governo	4,2	1,9	2,2	2,7	3,2	2,8

>>> Continua

TABELA II.1.2 – CONTAS NACIONAIS – CRESCIMENTO DO ACUMULADO EM QUATRO TRIMESTRES, %						
	2010	2011	2012			2013
			II	III	IV	I
• Formação de capital	21,3	4,7	-0,3	-2,4	-4,0	-2,8
• Exportações	11,5	4,5	2,9	0,9	0,5	-2,3
• Importações	35,8	9,7	5,0	1,7	0,2	0,6
INVESTIMENTO, % PIB	19,5	19,3	18,8	18,5	18,1	18,1
DEFLATOR IMPLÍCITO	8,3	7,0	5,8	5,2	5,4	5,1

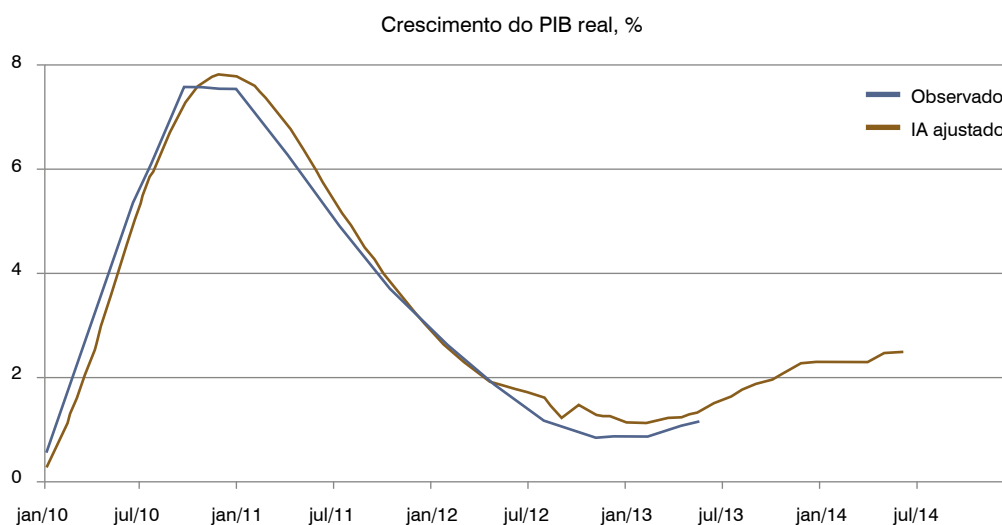
Fonte dos dados brutos: IBGE. Elaboração: SILCON.

Com esse quadro de dificuldades, acrescido de outros fatores, emergem dúvidas. A primeira diz respeito à fadiga dos estímulos ao crescimento via medidas de consumo, quer ao setor privado, como na expansão do crédito (principalmente dos bancos públicos), quer de aumento dos gastos públicos. A alternativa seria gerar estímulos à formação de capital fixo, que esbarra na linha estatizante, na falta de complementaridade de investimentos públicos na área de infraestrutura e na tendência de aumento das taxas de juros. Nas condições vigentes, é natural a retração e timidez do setor privado com relação a embarcar em novos projetos de expansão da capacidade instalada, até mesmo por falta de expectativas de maior crescimento no consumo futuro.

A política monetária, que deu forte contribuição nas administrações passadas, hoje parece sem capacidade de contrapor os desacertos dos gastos públicos. Aumentar os juros num quadro de crédito público abundante e de gastos generosos simplesmente enxerta insegurança no ambiente privado. Demonstra conflito de medidas e falta de coerência na administração econômica. A consequência é a perda da credibilidade.

O Gráfico II.2 confirma com clareza que o ritmo de atividade seguirá lento ao longo do segundo semestre de 2013, até atingindo um crescimento de 2,2-2,3% no acumulado do ano.

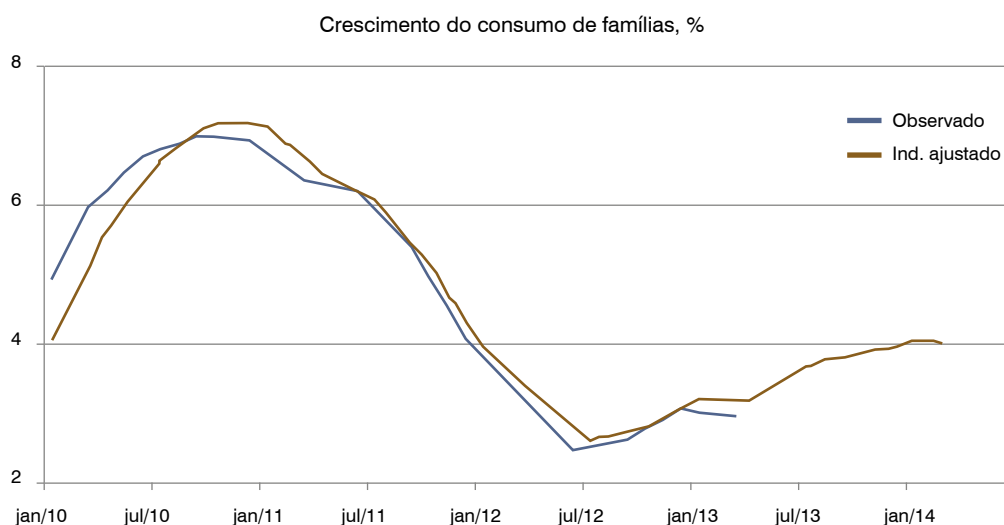
**GRÁFICO II.2 – INDICADOR ANTECEDENTE PARA O PIB**



Fonte: SILCON.

A mesma mensagem é fornecida pelo indicador antecedente para o consumo das famílias, no Gráfico II.3. No primeiro trimestre de 2013, o consumo das famílias cresceu apenas 0,1% em comparação com o trimestre anterior, e 2,1% em relação ao mesmo trimestre de 2012. No acumulado em quatro trimestres, o consumo das famílias cresceu 3%. Desde o terceiro trimestre de 2010, o crescimento do consumo das famílias vem caindo gradualmente, mas tem se mantido como um dos fatores de sustentação da atividade econômica. O estímulo ao consumo – através de créditos generosos e redução de impostos de bens de consumo durável –, em detrimento da formação de capital fixo, demonstra o erro estratégico do Governo e o compromisso com a expansão da atividade econômica no curto prazo.

**GRÁFICO II.3 – INDICADOR ANTECEDENTE PARA O CONSUMO DAS FAMÍLIAS**



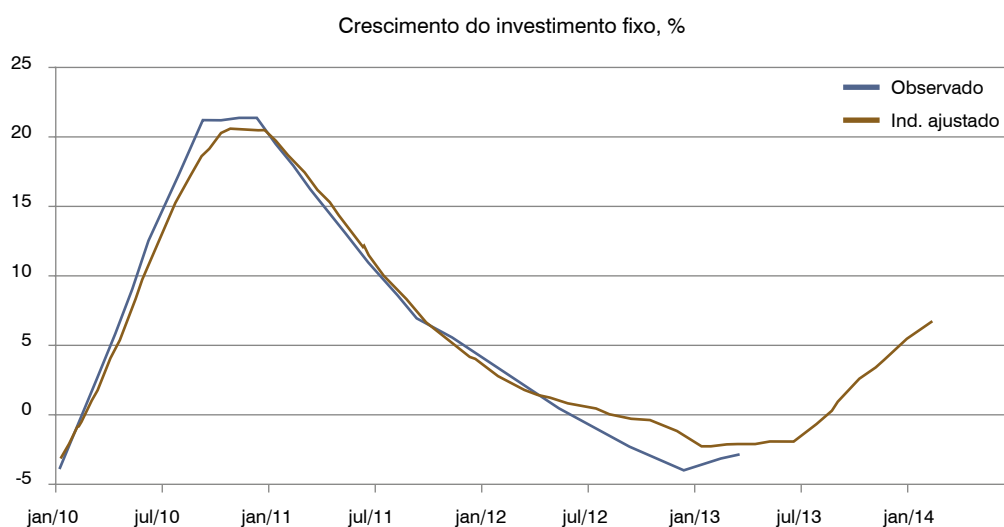
Fonte: SILCON.

Completando o quadro macro geral, a formação de capital fixo foi fortemente afetada em 2008 e 2009, no período mais crítico da crise internacional, mas se recuperou e encerrou 2010, com expansão de 21,3%. Infelizmente, em 2011, o desaquecimento retornou e o crescimento caiu para 4,7%. Era esperado que a formação de capital se recuperasse em 2012, mas, para frustração dos analistas, caiu 4%. No primeiro trimestre de 2013, ocorreu um crescimento de 3% em relação ao mesmo período de 2012, mas, no acumulado em quatro trimestres, a queda se manteve nos 2,8%. Pelas estimativas do indicador antecedente, a formação de capital fixo deve ter uma recuperação em 2013, em resposta aos estímulos – ainda tímidos – aos bens de capital produzidos no país, conforme Gráfico II.4.

O clima de insegurança, o viés estatizante e a instabilidade das regras e das medidas regulatórias não favorecem as decisões de investimento privado. Após mudanças nas regras, de investimentos de infraestrutura nos setores de petróleo, energia hidroelétrica, ferrovias, portos, rodovias e telecomunicações, o Governo propõe gerar insegurança no setor de mineração.

No último trimestre de 2013 está previsto o leilão de 256 poços de petróleo do Pré-Sal, mas existe forte receio do modelo de partilha, que paralisou o processo de licitação há cinco anos.

## GRÁFICO II.4 – INDICADOR ANTECEDENTE PARA A FORMAÇÃO DE INVESTIMENTOS



Fonte: SILCON.

### D) INFLAÇÃO

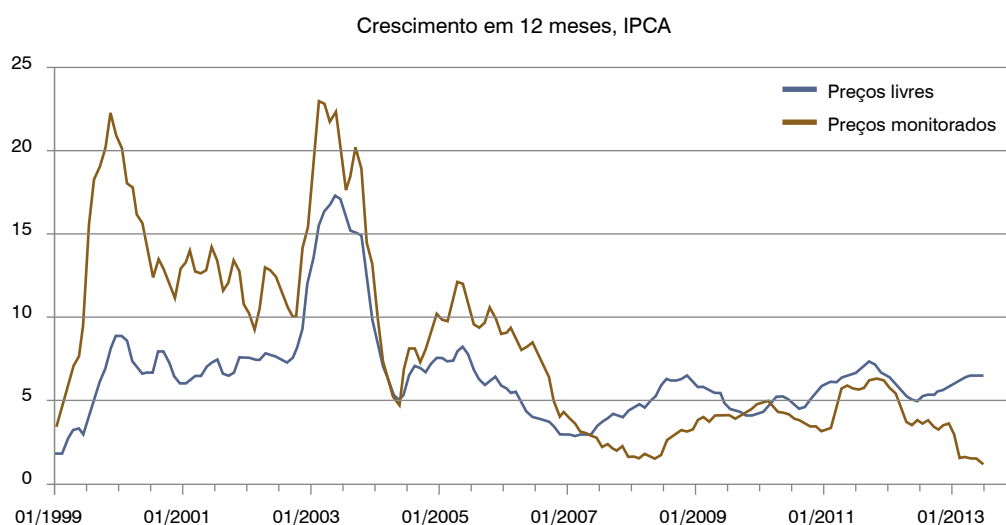
Em resposta ao aumento da liquidez e do crédito ao consumo, além de fatores de custo, persistem pressões para aumento da inflação. Pelo lado do crédito, a preferência do Banco Central tem sido expandir os empréstimos do BNDES, da Caixa Econômica e do Banco do Brasil. Parte da expansão do crédito interno decorre do ingresso de recursos externos, enquanto mais de US\$ 380 bilhões de reservas cambiais ficam retidas no Banco Central. Em 2013, o volume de crédito fornecido pelo sistema bancário deve atingir 54% do PIB.

Mais recentemente, a taxa de câmbio tem sido fator de impulso da inflação, na medida em que as pressões de custos e das contas externas mostram um real valorizado. Entretanto, qual seria a taxa de câmbio mais condizente com as condições atuais? Se considerarmos a taxa de câmbio de R\$ 0,93 de julho de 1994 – quando o Plano Real foi implantado – como referência e corrigirmos pelos custos médios de produção do Brasil e dos EUA, a taxa de câmbio seria, em junho, R\$ 2,74/US\$. Se considerarmos que desde 2012 as relações de troca (preço médio das exportações deflacionado pelo das importações) perderam quase 10%, a taxa de câmbio ajustada seria de quase R\$ 3,00/US\$. Como os sinais de que as contas externas não andam bem, persiste uma pressão para que a taxa comercial convirja para patamares mais elevados. O problema é que cada desvalorização duradoura do Real empurra os preços de produtos comercializáveis para cima, e com eles, a própria inflação.

Outra pressão sobre o ritmo da inflação é a prática de administrar os preços de alguns produtos, que distorce os preços relativos e apenas adia as pressões inflacionárias. Essa prática tornou-se particularmente abusiva no governo Lula, a partir de março de 2007, e a administração Dilma a exacerbou. O Gráfico II.5 mostra o IPCA decomposto em preços livres, em linha azul, e preços monitorados, em vermelha (um eufemismo para preços administrados ou “reprimidos”).



## GRÁFICO II.5 – DIFERENÇA NO CRESCIMENTO DOS PREÇOS LIVRES E MONITORADOS



É visível que, desde 2007, os preços dos produtos não monitorados cresceram mais rápido do que os dos produtos monitorados (ou seja, a linha azul fica sistematicamente acima da linha vermelha). Como em geral os serviços de utilidade pública estão na classe dos produtos monitorados, cedo ou tarde os seus preços e tarifas têm que ser reajustados para cima, lançando a inflação para novo patamar.

A realidade e as pressões do mercado acabam sempre por desnudar a prática. Afinal, a pressão do produto monitorado de hoje se transforma em pressão no preço do preço livre amanhã. Quanto mais demorado esse reajuste – e vale lembrar que o processo atual já dura mais de seis anos –, maior o sentimento de que ele é inevitável, formando a expectativa de um aumento na inflação.

Dentre os fatores macroeconômicos, a inflação (e as suas expectativas) é o que causa maiores impactos no mercado de seguros. Essa questão é examinada mais adiante.

## E) CONTAS PÚBLICAS

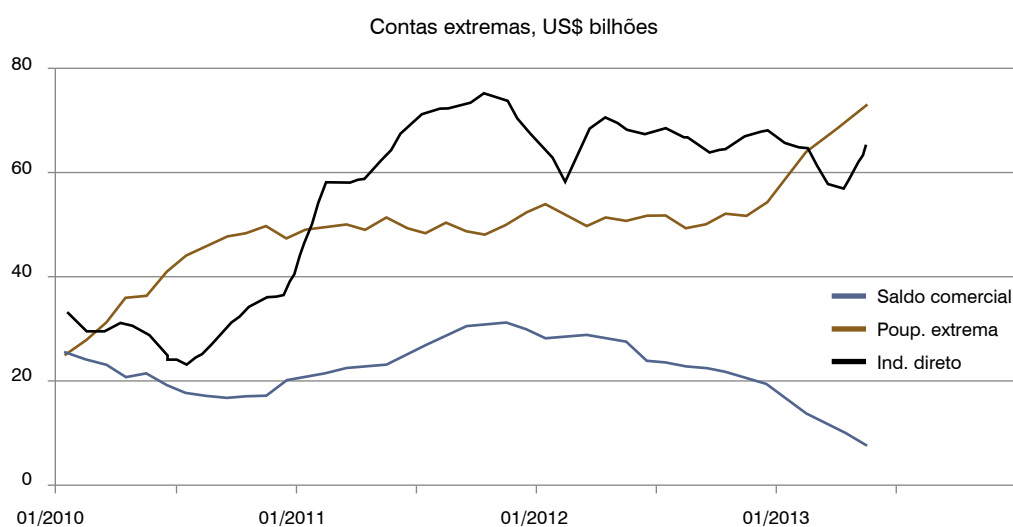
Desde 2011, as contas públicas exibem uma marcante deterioração. Do superávit primário observado de 3,1% do PIB em 2011, espera-se, para 2013, um saldo positivo de pouco mais de 1,5%. A resposta ao desajuste das contas fiscais foi o emprego de malabarismo contábil para encobrir os rombos crescentes. É verdade que essa prática foi herdada do governo anterior. Em 2010, o Governo autorizou a capitalização da Petrobras, via BNDES, mediante a formação de um estoque não produzido de cinco bilhões de barris de petróleo do Pré-Sal, como uma forma antecipada de gerar “caixa”. Na administração Dilma, em 2012, houve um déficit de R\$ 38 bilhões incluídos no PAC, outros R\$ 12,4 bilhões sacados do Fundo Soberano e R\$ 7 bilhões de dividendos antecipados do BNDES e da Caixa Econômica. O total do malabarismo fiscal de 2012 atingiu R\$ 200 bilhões.

Como o cumprimento da meta fiscal está cada vez mais distante – principalmente se as manifestações recrudescerem, e o Governo tiver que atender às demandas sociais orçadas entre R\$ 80 bilhões e 100 bilhões –, o legado das contas públicas para 2014 será desastroso e não confere grau de liberdade para o aumento dos investimentos públicos em infraestrutura e serviços básicos.

## F) BALANÇO DE PAGAMENTO E CONTAS EXTERNAS

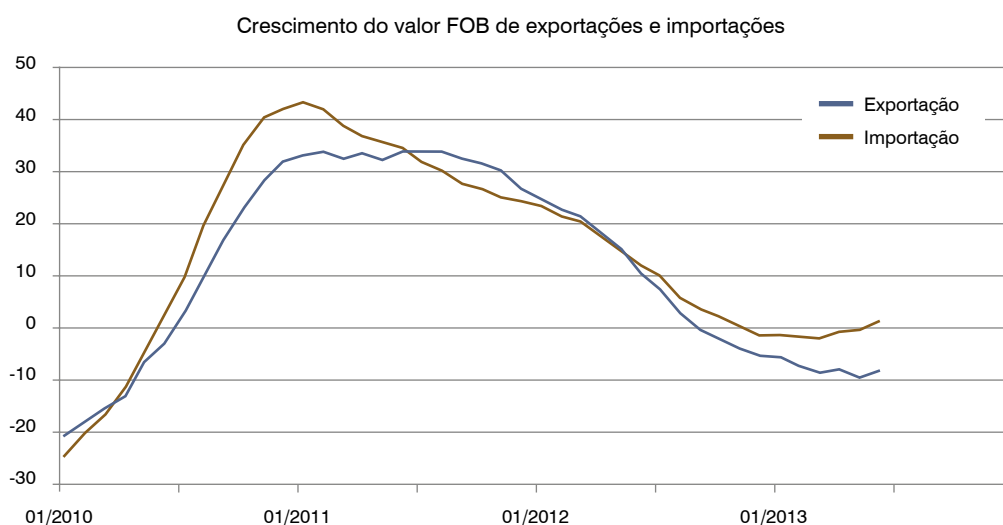
O desempenho da balança comercial e das contas externas no primeiro semestre de 2013 mostra uma piora em comparação com 2012 e anos anteriores. O saldo comercial, no acumulado em 12 meses, ficou em US\$ 7 bilhões, contra US\$ 19,4 bilhões em 2012 e US\$ 30 bilhões em 2011. Para o ano completo de 2013, o superávit comercial atinge algo entre US\$ 5,5 bilhões e US\$ 6 bilhões, com a queda explicada pela redução de 6,7% do valor das exportações e aumento de 1% das importações.

**GRÁFICO II.6 – EVOLUÇÃO DAS CONTAS EXTERNAS**

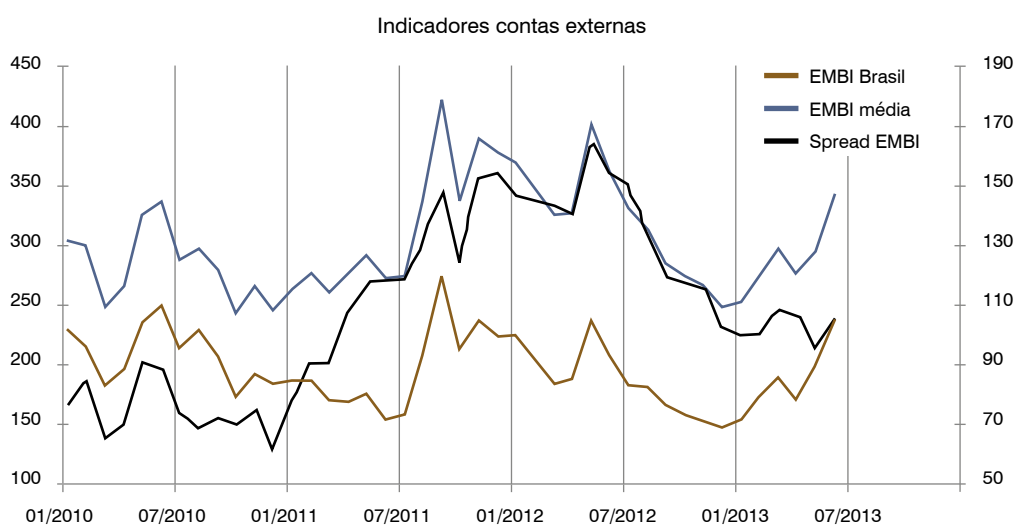


O Gráfico II.6 reproduz ainda a evolução dos investimentos diretos líquidos, oscilando na faixa de US\$ 58 bilhões a 65 bilhões, no acumulado em 12 meses. O ingresso de poupanças externas – correspondente ao déficit em conta corrente – foi de US\$ 73 bilhões, representando um aumento considerável, em comparação aos US\$ 54 bilhões de 2012. A dependência de poupanças externas é um dos fatores de fragilidade da economia brasileira, que já se reflete no risco EMBI, do JP Morgan.

## GRÁFICO II.7 – CRESCIMENTO EM 12 MESES DAS EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES



## GRÁFICO II.8 – INDICADORES DAS CONDIÇÕES DAS CONTAS EXTERNAS, BRASIL



No Gráfico II.8, a linha vermelha mostra o risco EMBI, Brasil, e a linha azul, a média dos países emergentes. Desde 2007, o risco Brasil é inferior à média dos emergentes, mas é interessante observar a evolução da diferença entre as medidas de risco, na linha pontilhada. Até o início do governo Dilma, o spread entre o risco Brasil e a média oscilou em torno de 70 pontos (escala da direita). A partir daí até os meados de 2012, o spread do Brasil foi ainda mais favorável, e em seguida se iniciou uma fase de piora. Mais um sinal visível de deterioração do ambiente externo da política econômica.

## G) ECONOMIA MUNDIAL

O ambiente externo continua refletindo a lenta recuperação do comércio mundial, associada ao desgaste da crise europeia, com aumento do desemprego, já num patamar elevado, e as desastrosas declarações das lideranças. O próprio presidente do BCE – em total falta de sintonia com o seu papel – declarou, em junho, que a Europa pode estar à beira de uma crise bancária catastrófica.

TABELA II.1.3 – CRESCIMENTO DO PIB REAL			
	2011	2012	2013
DESENVOLVIDOS	1,6	1,2	1,5
• Estados Unidos	1,8	2,2	2,3
• Área do Euro	1,5	-0,6	-0,3
• Alemanha	3,1	0,9	0,9
• França	1,7	0,0	0,3
• Itália	0,4	-2,7	-0,8
• Reino Unido	0,9	0,2	1,5
• Japão	-0,8	2,0	1,0
EMERGENTES	6,2	5,2	5,5
• Brasil	2,7	0,9	2,2
• Rússia	4,3	3,5	3,6
• Índia	7,5	5,0	6,6
• China	9,3	7,8	7,5
• Coreia	3,6	2,0	3,0
AMÉRICA LATINA	4,6	3,0	3,7
MUNDO	3,9	3,1	3,5

Fontes: FMI, Banco Mundial, Consensus Forecasts.

A economia americana iniciou uma fase de lenta recuperação e deve crescer uns 2,3% em 2013, enquanto a Área do Euro praticamente permanece estagnada. Nos países emergentes do BRIC, o crescimento médio é de 5,5%, liderado pelos 7,5% da China e com o Brasil puxando a média para baixo, apresentando os 2,2-2,3% previstos. Considerando-se uma estimativa para o mundo, o crescimento deve bater os 3,5%.

Apesar dos 7,5% do PIB, as atenções se voltam para os problemas da China. A irresponsável generosidade com a concessão de crédito foi afinal contida, para evitar as insolvências das empresas e do incipiente sistema financeiro, em que os controles internos e registros confiáveis não existem. O estoque de créditos podres nem é estimado, e cálculos de analistas conhecedores da sociedade chinesa sustentam que os créditos podres devem superar 40% do PIB. Em junho passado, o Banco Central da China foi forçado a fornecer créditos de US\$ 163 bilhões ao sistema bancário, para sustar a bolha de crédito e conter uma onda de insolvência que poderia gerar uma séria crise no sistema financeiro, contaminando o sistema bancário do Japão, Coreia e de países da Europa que participam de empréstimos imobiliários

aos projetos da China, muitos com taxa de retorno inviável e sem colaterais. Na crise financeira de 2008, enquanto os bancos centrais do EUA e Europa imprimiam moeda para resgatar títulos, o Banco Central chinês injetava moeda diretamente nos setores escolhidos como estratégicos (por critérios não perfeitamente conhecidos). A relação crédito/PIB que em 2008 atingia 120% cresceu para 200% em 2013.

<b>TABELA II.1.4 – INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO</b>					
	US\$ bilhões, 2011	Dívida externa de longo prazo, % PIB			
		2011	2012	2013	2014
Argentina	94,9	21,2	19,5	19,5	19,4
Brasil	357,7	14,4	14,3	11,6	9,6
Chile	77,8	31,0	22,2	15,8	11,3
México	231,3	20,0	17,1	13,3	10,9
Venezuela	47,3	15,0	11,7	12,2	10,9

Fontes: Consensus Forecasts e FMI.

<b>TABELA II.1.5 – RELAÇÃO SERVIÇOS DA DÍVIDA/RESERVAS CAMBIAIS, %</b>				
	2011	2012	2013	2014
Argentina	38,3	33,9	27,6	22,6
Brasil	17	15,8	16,5	12
Chile	37,5	54,8	35,8	29,7
México	28,8	26,8	17,9	14,4
Venezuela	98,7	98,6	44	37,5

Fontes: Consensus Forecasts e FMI.

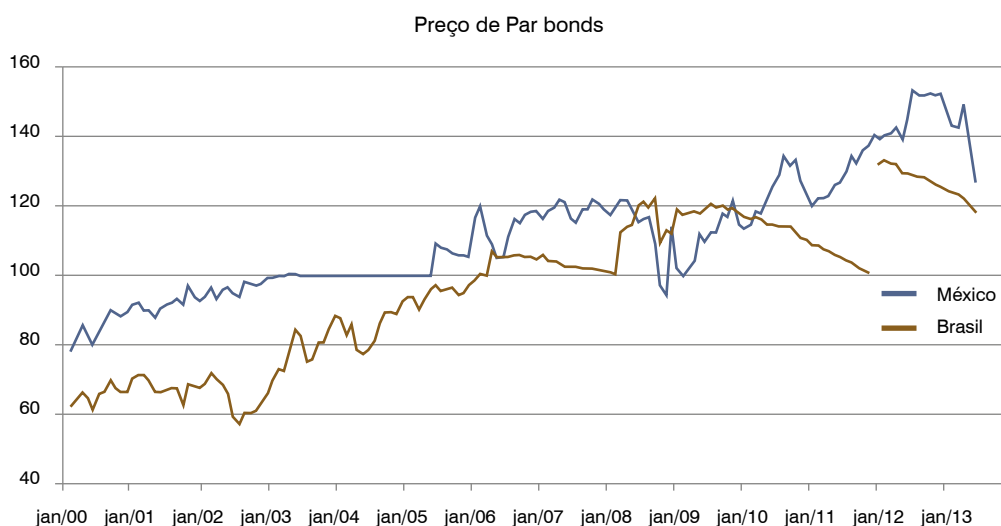
<b>TABELA II.1.6 – SALDO EM CONTA CORRENTE/PIB, %</b>				
	2011	2012	2013	2014
Argentina	-0,3	0,1	0,0	-0,1
Brasil	-2,1	-2,4	-3,0	-2,8
Chile	-1,3	-3,5	-4,1	-3,6
México	-0,8	-0,8	-1,0	-1,1
Venezuela	7,7	2,8	4,9	4,4

Fontes: Consensus Forecasts e FMI.

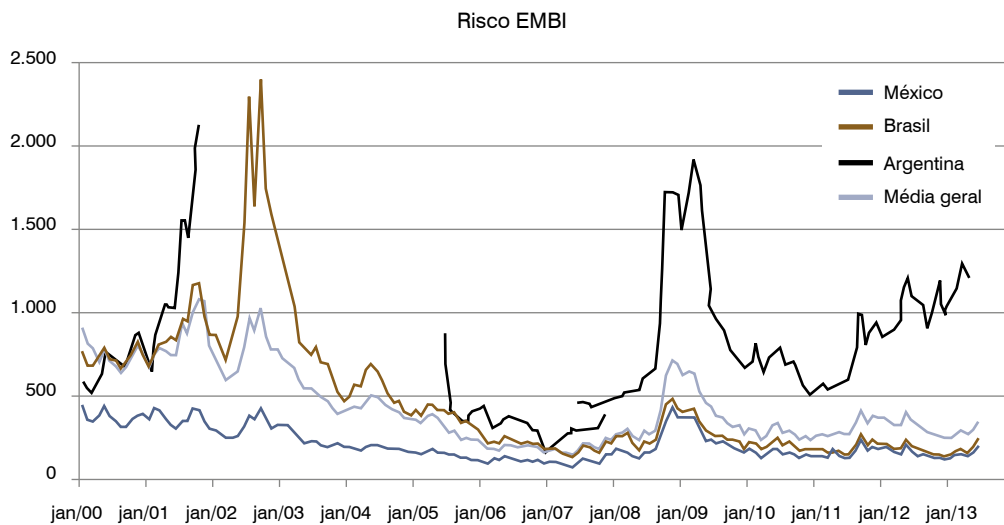
De interesse e mais preocupações para o Brasil, os investimentos em infraestrutura estão sendo cortados com menor pressão pelas importações de minérios e insumos do país.

Os problemas do ambiente externo têm um novo ator coadjuvante: a suspeita sobre a qualidade dos títulos de dívida soberana e não soberana dos países emergentes. Os preços dos títulos da dívida estão em queda desde o final de 2012, relembrando os movimentos no auge da crise financeira de 2008, quando os títulos dos mercados emergentes despencaram 30% em menos de dois meses. A queda nos preços dos títulos pode ser acelerada se o Banco Central dos EUA reverter as suas operações de compra de títulos para injetar US\$ 85 bilhões ao mês no sistema financeiro. A era de juros baixos e liquidez abundante no mercado internacional – que fizeram com que os investidores procurassem ativos mais rentáveis nas economias emergentes – pode estar terminando e, se isso acontecer, as economias emergentes terão que mostrar algo mais do que simplesmente juros internos elevados ou reduzir impostos sobre transações financeiras. Escaldados pela crise financeira, os bancos internacionais estão priorizando a qualidade das carteiras frente à rentabilidade. Portanto, os fundamentos e a coerência da política macroeconômica e a disponibilidade de bons ativos naturais e institucionais serão os fatores de diferenciação na atração de investimentos externos. Nesse primeiro conjunto de fatores o Brasil tem nota baixa, compensada pela boa margem dada pelo segundo grupo.

**GRÁFICO II.9 – PREÇO DOS TÍTULOS PAR BOND DE LONGO PRAZO**



## GRÁFICO II.10 – INDICADOR EMBI DE RISCO



Deve-se ter em mente que a projeção de ingresso de poupanças externas – leia-se déficit em conta corrente – de US\$ 75 bilhões em 2013 poderá não se confirmar, e o ajuste será feito na perda de reservas cambiais, um dos “colchões” de que o Brasil dispõe para enfrentar os percalços externos.

Essas dificuldades dos países emergentes estão sendo incorporadas na análise dos investidores internacionais, e o indicador de risco EMBI da JP Morgan já reflete o fato. Como medida de risco, o indicador EMBI norteará o aumento do spread de risco dos novos empréstimos aos emergentes.

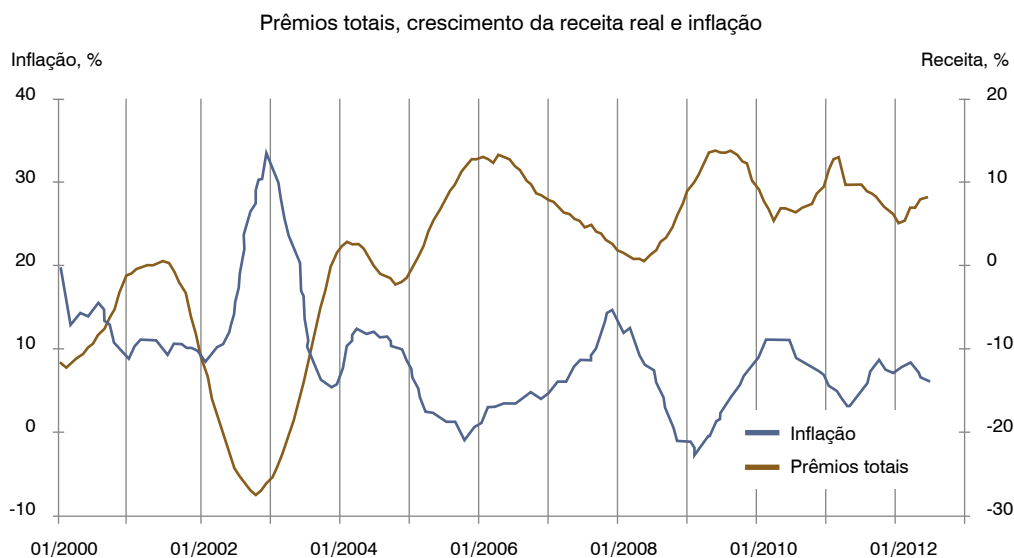
### H) O MERCADO DE SEGUROS

Em 2012, a arrecadação dos prêmios de seguros de pessoas e gerais – excluindo a Previdência, os planos de saúde, o resseguro e a capitalização – atingiu quase R\$ 130 bilhões, com crescimento nominal de 23% sobre o ano anterior. As reservas técnicas acumularam R\$ 276 bilhões. Foi um desempenho excepcional, principalmente se comparado com o de outros setores de atividade, num ano de crescimento do PIB de apenas 0,9% em termos reais, e 7% em termos nominais.

Quais as perspectivas do mercado de seguros em 2013? No aspecto macro, o principal impacto deve vir da inflação e suas expectativas, secundado pela renda dos consumidores e das mudanças no marco regulatório e na gestão das seguradoras.

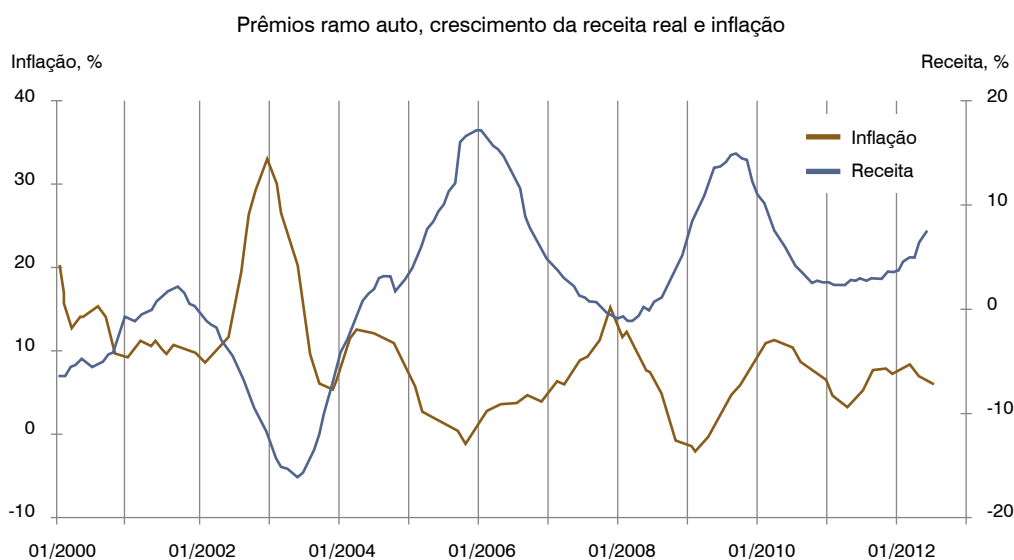
No tocante à inflação, os efeitos no mercado de seguros resultam de dois fatores. O primeiro deles é a magnitude da própria taxa de inflação. As evidências empíricas apontam com muita clareza o impacto negativo da inflação na demanda de seguro, expressa pelo valor dos prêmios em termos reais. O Gráfico II.11 é contundente nessa evidência. É feita a comparação da evolução da taxa de crescimento dos prêmios totais de seguro, em 12 meses, com a inflação, também em 12 meses, medida pelo IGP-DI. A relação inversa entre prêmios de seguros e inflação é nítida, com movimentos inversos das duas variáveis na maioria dos períodos, ou seja, um aumento (queda) da taxa de inflação gera queda (aumento) no crescimento do valor real dos prêmios. Para os que preferem números, a correlação entre o crescimento dos prêmios reais e a inflação é negativa e igual a 82,4 %, no período após 2000.

## GRÁFICO II.11 – O EFEITO DA INFLAÇÃO NO FATURAMENTO DOS PRÊMIOS TOTAIS



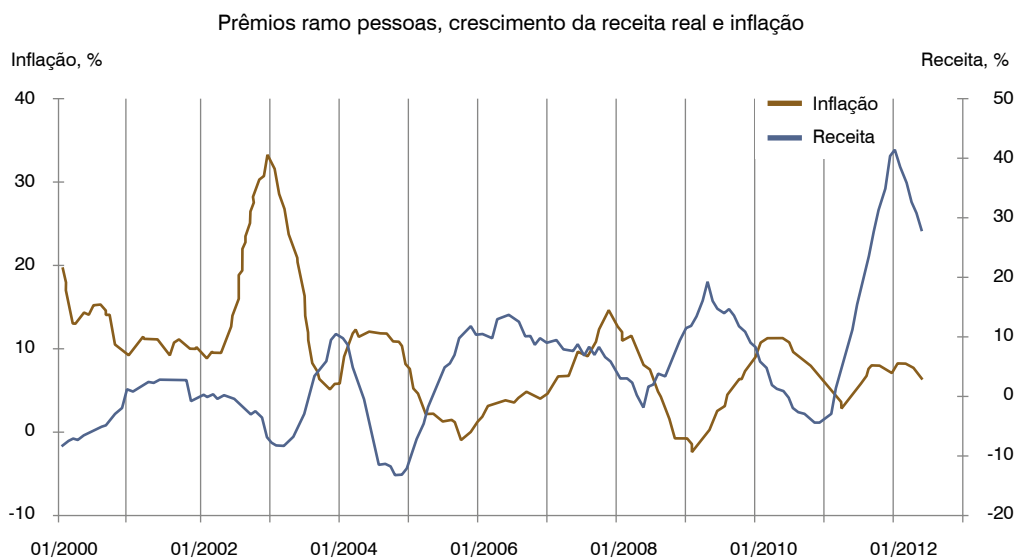
Evidências similares são encontradas para outros ramos do mercado de seguros, como nos ramos auto e de pessoas, o que pode ser verificado nos Gráficos II.12 e II.13, ou nos planos de saúde, conforme o Gráfico II.14, ou mesmo nos planos de Previdência Aberta, de acordo com o Gráfico II.15. Enfim, as evidências empíricas são demasiadamente fortes para serem rejeitadas ou ignoradas.

## GRÁFICO II.12 – O EFEITO DA INFLAÇÃO NO FATURAMENTO DO “RAMO AUTO”

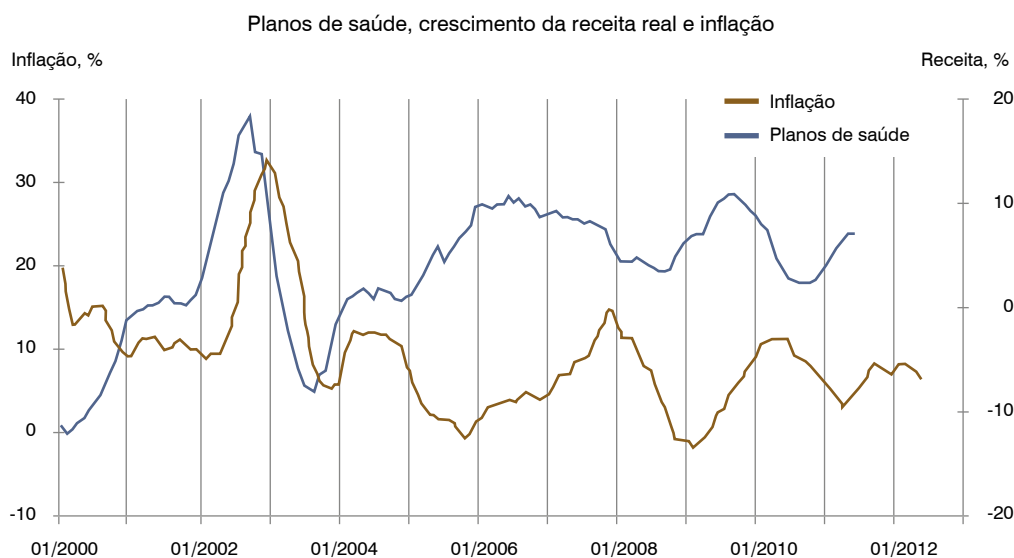




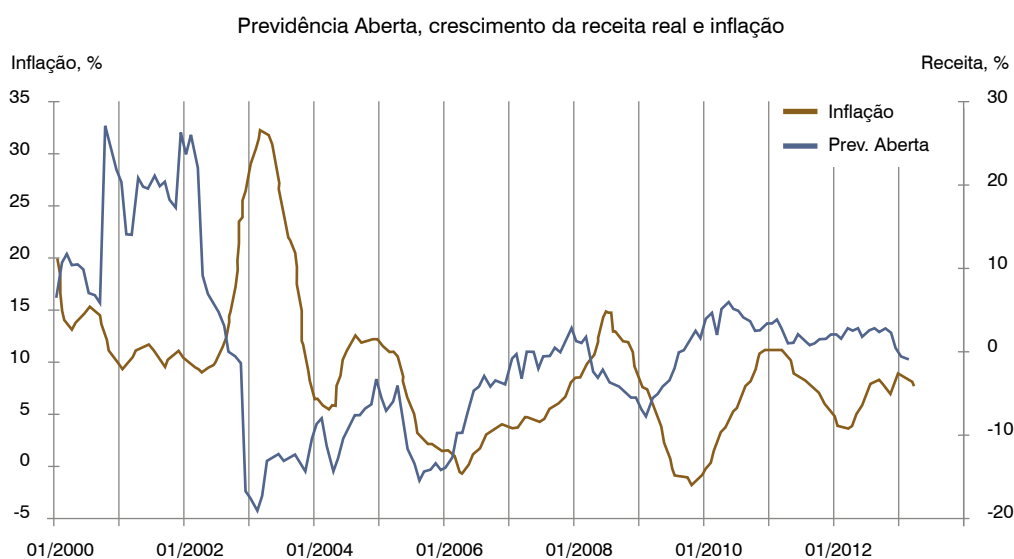
## GRÁFICO II.13 – O EFEITO DA INFLAÇÃO NO FATURAMENTO DO “RAMO PESSOAS”



## GRÁFICO II.14 – O EFEITO DA INFLAÇÃO NO FATURAMENTO DOS PLANOS DE SAÚDE



## GRÁFICO II.15 – O EFEITO DA INFLAÇÃO NO FATURAMENTO DA PREVIDÊNCIA ABERTA



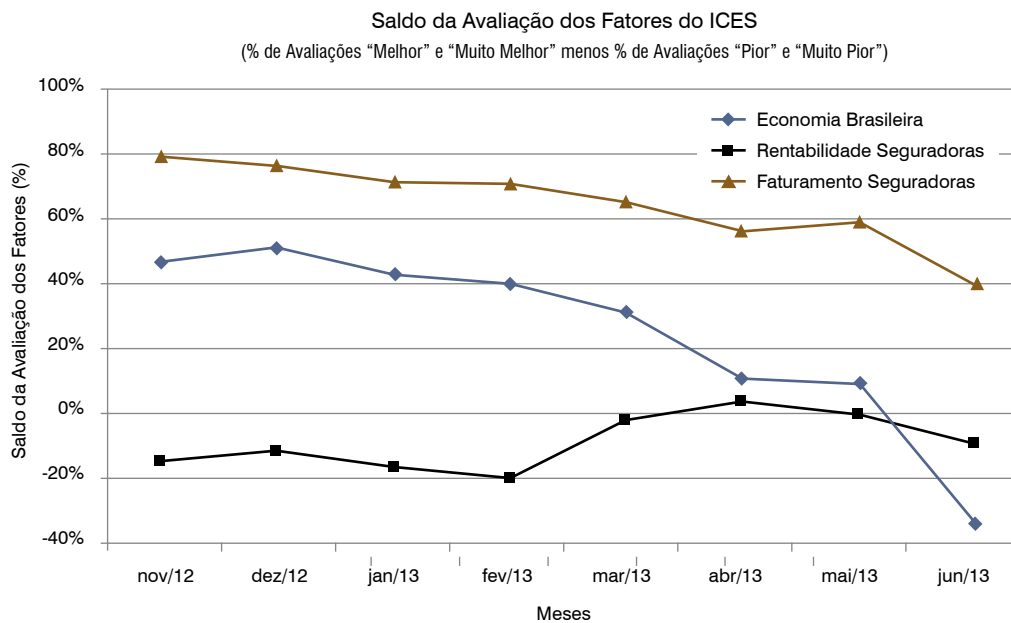
O segundo fator da inflação que afeta o mercado de seguros – ainda que esteja mais disfarçado – é a prática de administrar os preços de alguns produtos, o que distorce os preços relativos, adia as pressões inflacionárias e estimula as expectativas inflacionárias. Esse tema foi discutido anteriormente e aqui serve apenas para chamar atenção para o efeito no seguro desse canal.

A renda dos consumidores é o segundo coadjuvante, com papel secundário. A massa de rendimentos reais dos consumidores – formada pelo nível de emprego e pela renda média – cresce em 2013, algo em torno de 3%, contra um crescimento do PIB de 2,2%, aproximadamente. Considerando-se uma elasticidade-de-renda de 1,2, a contribuição para crescimento do faturamento real total seria menos de 4%.

Pelo lado das mudanças na regulação, os ajustes implantados pela SUSEP (e também pelas outras agências supervisoras) afetam negativamente o mercado de seguros no curto prazo, embora possam ter um efeito positivo no longo prazo, com a melhoria da solvência do mercado.

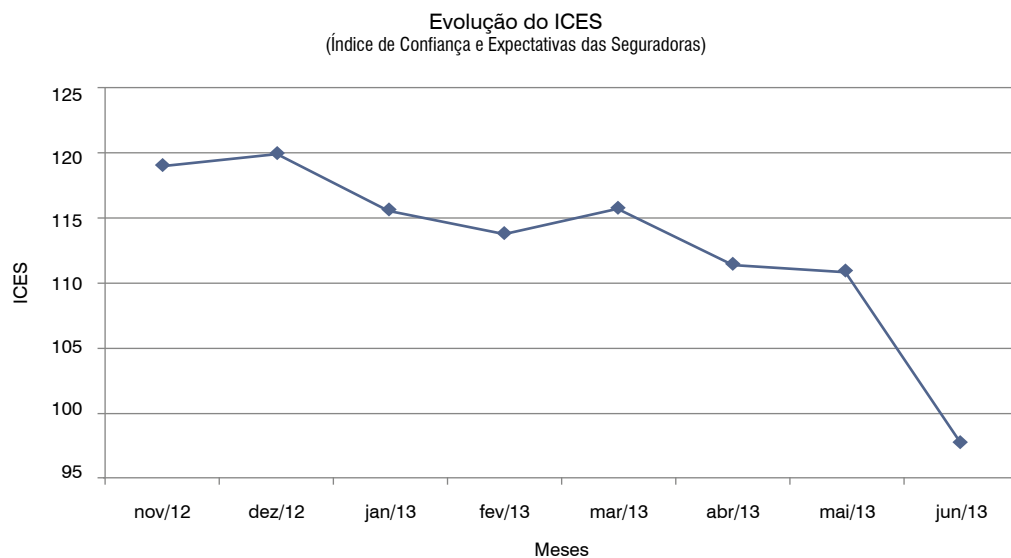
Frente aos principais fatores de impacto, o faturamento do seguro cresce menos do que o inicialmente previsto pelo mercado. As próprias seguradoras já expressam desalento para os próximos seis meses, como mostra o Índice de Confiança e Expectativas das Seguradoras – ICES.

## GRÁFICO II.16 – FATORES DO ICES (RELATÓRIO DE JULHO/2013)



Fonte: Rating de Seguros Consultoria.

## GRÁFICO II.17 – CÁLCULO DO ICES (RELATÓRIO DE JULHO/2013)



Fonte: Rating de Seguros Consultoria.

Isso não quer dizer que o faturamento real do mercado de seguro cairá em 2013. Com os efeitos da inflação e do desaquecimento da atividade e das rendas das famílias, a expansão do faturamento real deve ficar na faixa dos 4% a 6%, o que é ainda excelente em comparação com os outros setores de atividade. Acrescentando a inflação projetada, o faturamento nominal talvez cresça em torno de 15% em 2013.

## II.2) Ambiente Político-Econômico do Setor

### A) CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS DA FENACOR

A FENACOR – Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros é uma entidade sindical em grau superior, fundada em 25 de outubro de 1968, com sede na cidade do Rio de Janeiro, tendo sido reconhecida como entidade coordenadora dos interesses da categoria econômica dos corretores de seguros e de capitalização, conforme Carta Sindical de 21/03/75, do Ministério do Trabalho e Emprego, sendo filiada à Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC.

A Fenacor é, também, um dos mantenedores da Fundação Escola Nacional de Seguros – FUNENSEG, participando do seu Conselho Deliberativo e de seu Conselho Fiscal.

A atividade dos corretores de seguros foi regulamentada, basicamente, pela Lei nº 4.594/64. Entretanto, como os corretores de seguros passaram a integrar o Sistema Nacional de Seguros Privados, eles também são regulados pelo Decreto-Lei nº 73/66 (considerado a Lei Básica do Seguro). A atividade de corretagem é tratada, por força de autorização legal, através de decretos do Presidente da República e em Circulares da SUSEP. O Decreto-Lei nº 73, em seu capítulo XI, trata dos corretores de seguros<sup>1</sup>.

De acordo com esse conjunto normativo, são eles profissionais autônomos ou empresas para tanto constituídas, legalmente habilitados para intermediar, angariar e promover contratos de seguro admitidos pela legislação vigente, entre sociedades seguradoras e aqueles que venham a ser segurados. O corretor de seguros, portanto, integrando esse Sistema Nacional de Seguros Privados, do qual também fazem parte o CNSP, a SUSEP, as resseguradoras e as seguradoras, depende de autorização e habilitação prévias das autoridades constituídas para operar, e submete-se, igualmente, à fiscalização de um mesmo órgão de controle (SUSEP), sem que, para tanto, dele se exijam as mesmas condições que são requeridas dos seguradores, como capital mínimo, reservas técnicas, margem de solvência, investimentos institucionais, etc.

Um ponto importante é que, por ter a condição de intermediário autônomo e independente, o corretor de seguros não pode ter qualquer vínculo profissional com seguradoras, tampouco com pessoas jurídicas de direito público. Com isso, o objetivo é que esse profissional ganhe as características da imparcialidade e independência na realização dos negócios. Ainda de acordo com a lei, o corretor de seguros responderá civilmente perante os segurados pelos prejuízos que causar, por omissão, imperícia ou negligência do exercício da profissão (art. 126 do Decreto-Lei nº 73/66).

A Fenacor representa judicial e extrajudicialmente os seus Sindicatos dos Corretores Filiados, tendo por finalidade básica proteger e defender os interesses da categoria econômica que ela representa, perante as entidades privadas e as autoridades públicas, colaborar com os poderes públicos no estudo e na solução dos problemas relacionados à categoria e prestar assistência técnica e jurídica aos seus sindicatos filiados.

Os diversos clubes dos corretores de seguros existentes não possuem representatividade política e atuam preferencialmente em ações sociais e cursos.

Representando o Brasil, a Fenacor faz também parte da Copaprose (Confederação Panamericana dos Produtores de Seguros).

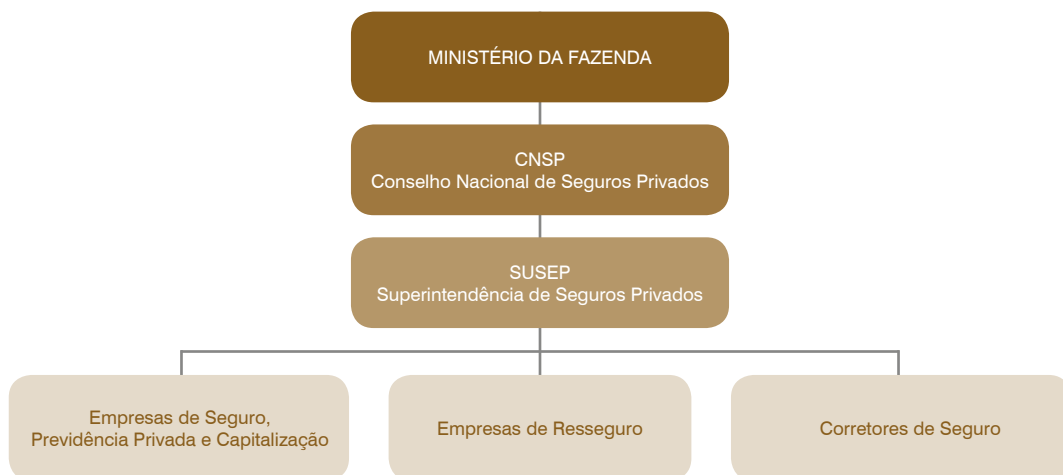
---

1. Art. 123. O exercício da profissão de corretor de seguros depende de prévia habilitação e registro. § 1º A habilitação será feita perante a SUSEP, mediante prova de capacidade técnico-profissional, na forma das instruções baixadas pelo CNSP. § 2º O corretor de seguros poderá ter prepostos de sua livre escolha e designará, dentre eles, o que o substituirá. § 3º Os corretores e prepostos serão registrados na SUSEP, com obediência aos requisitos estabelecidos pelo CNSP.

## B) OUTRAS INSTITUIÇÕES

O Governo Federal formula a política de seguros privados, estabelece suas normas e fiscaliza as operações no mercado nacional. Historicamente, o Decreto-Lei nº 73/66 — alterado pela Lei nº 9.656/98 e pela Lei nº 10.190/2001 — instituiu o Sistema Nacional de Seguros Privados, integrado pelo Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP), pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) e pelas sociedades autorizadas a operar em seguros privados e capitalização, Entidades Abertas de Previdência Complementar e corretores de seguros habilitados.

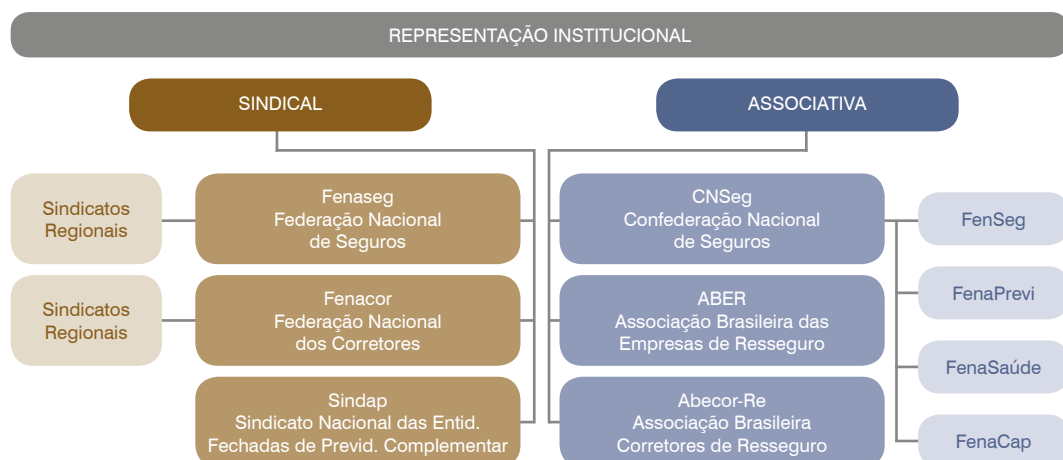
**QUADRO II.1 – SISTEMA NACIONAL DE SEGUROS PRIVADOS**



Fonte: Fenaseg.

A seguir, a representação institucional do setor.

**QUADRO II.2 – SISTEMA NACIONAL DE SEGUROS PRIVADOS**



Fonte: Fenaseg.

## C) CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Nos últimos anos, houve o surgimento de novos canais de distribuição no país, tais como assessorias de seguros (ou plataformas, como são popularmente conhecidas), lojas de varejo para produtos massificados, redes por afinidades e venda direta por *call center* (ainda de forma embrionária no Brasil). Mais recentemente, deu-se também a utilização da Internet (com o lançamento de diversos sites especializados).

<b>Canais de Distribuição</b>	<b>Descrição</b>
Pequenos e Médios Corretores Independentes	Pequenas empresas, com poucos funcionários, são a base da distribuição de seguros. São representados por sindicatos estaduais.
Grandes Corretoras Nacionais e Internacionais	Grandes corretores, sobretudo as multinacionais.
Assessorias de Seguros	Empresas que servem de intermediação entre um grupo de corretores e seguradoras.
Rede Bancária por Parceria	Bancos sem seguradoras e que abrem as suas agências para venda de seguros.
Rede Bancária Própria	Grandes bancos do país, que também possuem seguradoras.
Internet Direto	Sites independentes ou ligados a seguradoras que vendem seguros através da Internet. No Brasil, em trajetória crescente.
<i>Call Center</i> Direto	Vendas por telefone direto.
Varejo e Lojas	Lojas que abrem os seus espaços para vendas de seguros, sobretudo massificados.

No Brasil, embora tenham surgido novos canais nos últimos anos, o canal de vendas de seguros mais importante do mercado continua a ser o de corretores independentes, objetivo de análise deste estudo.



## III) RESULTADOS DA PESQUISA ESECS-PJ

### III.1) Características Básicas

#### A) OBJETIVO

O objetivo principal dessa pesquisa foi avaliar como as empresas Corretoras de Seguros brasileiras funcionam em seus diversos aspectos. A partir daí, essas informações podem servir de orientação e referência para os agentes atuantes na economia.

Abaixo, teoricamente, os principais interessados e os motivos:

- Para a Fenacor, o ESECS-PJ visa a delinear o perfil socioeconômico das Corretoras de Seguros – Pessoa Jurídica no âmbito nacional, além de subsidiar propostas de grande interesse para os corretores de seguros, como estudos para uma possível redução da carga tributária, inclusão no SIMPLES, consolidação da imagem da categoria como uma das que mais contribuem para a geração da riqueza nacional, estruturação de planos de negócios ou formatação de novas estratégias, verificação do posicionamento no mercado e, ainda, colaboração com o planejamento de ações da Fenacor e dos Sincors.
- Os próprios corretores de seguros que, assim, podem se comparar aos seus pares, avaliando com mais precisão as suas próprias estratégias.
- As seguradoras que, deste modo, podem entender melhor como funcionam esse canais de distribuição de seguros, fundamentais no país, e, em consequência, definir a sua política comercial com muito mais eficiência.
- As outras empresas que, de alguma forma, são ligadas ao segmento de seguros. Por exemplo, prestadores de serviços, reguladores, empresas de vistoria, etc. Com este estudo, tais companhias vão compreender com mais precisão o perfil das empresas Corretoras de Seguros, muitas vezes importantes parceiras ou elementos-chave nos seus negócios.
- Especificamente, as resseguradoras que operam no país. São elas um segmento em crescimento desde a abertura do setor, que assim podem entender como funciona esse tipo de negócio que, de forma indireta, pode afetar as suas evoluções e seus próprios resultados.
- Os acadêmicos e pesquisadores interessados no setor de seguros. Este texto poderá servir de referência para estudos futuros.

- Os segurados que, deste modo, podem compreender como funcionam os seus principais representantes junto às seguradoras.
- Os investidores – nacionais e estrangeiros – que têm desejo de operar no mercado de seguros no Brasil. Desta forma, esses empresários terão mais subsídios teóricos e práticos para tomar as suas decisões com relação a esse segmento.
- Por fim, o próprio governo – nos seus três poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) e em suas três esferas (federal, estadual e municipal) –, que, com essas informações, pode entender melhor as empresas Corretoras de Seguros. Assim, terá um maior nível de capacidade para definir com mais eficiência as suas estratégias ligadas ao crescimento do país e, especificamente, ao setor de seguros e à própria categoria em questão.

## B) PREMISSAS INICIAIS DA PESQUISA

A seguir, as premissas iniciais dessa pesquisa:

- Na pesquisa, foi enviado um e-mail informando de um link para resposta no próprio site da Fenacor. O questionário também ficou disponível no site dessa instituição para o preenchimento direto das Corretoras de Seguros interessadas.
- O projeto contou com o forte apoio dos sindicatos estaduais, que solicitaram diretamente aos seus filiados (por diversos meios, verbalmente, por e-mail, etc) que as empresas participassem da iniciativa.
- A Fenacor, visando a estimular a participação das Corretoras, ofereceu o desconto de 20% em uma inscrição no Congresso Brasileiro dos Corretores 2013, para todas as empresas que respondessem ao questionário. Foram oferecidos também cinco “iPads”, sorteados entre os participantes.
- Todas as respostas individuais das Corretoras foram confidenciais, conforme divulgado amplamente pela instituição ao mercado quando da divulgação do estudo.
- Antes do preenchimento do questionário, a empresa se identificava pelo CNPJ.

## C) DIVISÃO DO QUESTIONÁRIO

No questionário existiam, ao todo, 13 perguntas. De forma didática, ele foi dividido, em quatro partes, conforme abaixo:

- Na parte 1, é feita a própria identificação da Corretora de Seguros, com a sua respectiva localização geográfica.
- Na parte 2, o perfil profissional da Corretora. Por exemplo, sua faixa de faturamento, os ramos de seguros mais atuantes, a quantidade de clientes pessoas físicas e jurídicas. Internamente, a quantidade de funcionários, de corretores sócios ou de familiares, etc.
- Na parte 3, a avaliação da Corretora quanto ao mercado em que ela atua. Por exemplo, a quantidade de seguradoras, os fatores mais importantes na escolha de uma empresa, etc.
- Por fim, na parte 4, foram abordadas as principais demandas de cada Corretora de Seguros, além da opinião sobre os temas mais relevantes do setor. Ainda nessa parte, a empresa podia enviar diretamente as suas sugestões para a Fenacor. Essa pergunta não foi usada neste estudo.

No Anexo, temos a exposição detalhada do questionário utilizado.



## D) DIVISÃO DAS RESPOSTAS

Na Tabela III.1.1, a quantidade de respostas segundo os estados da União. Já na Tabela III.1.2, essas mesmas respostas, distribuídas segundo as regiões do país.

TABELA III.1.1 – RESPOSTAS POR ESTADOS DO PAÍS				
Estados	Respostas	%	% do Total	Corretoras
Acre	2	0,1%	8%	25
Alagoas	21	1,1%	19%	108
Amapá	2	0,1%	14%	14
Amazonas	29	1,5%	19%	154
Bahia	64	3,3%	7%	860
Ceará	29	1,5%	7%	390
Distrito Federal	53	2,7%	10%	522
Espírito Santo	28	1,4%	7%	412
Goiás	73	3,8%	12%	600
Maranhão	20	1,0%	11%	181
Mato Grosso	26	1,3%	7%	361
Mato Grosso do Sul	28	1,4%	10%	282
Minas Gerais	220	11,3%	10%	2.296
Pará	35	1,8%	15%	239
Paraíba	21	1,1%	16%	130
Paraná	146	7,5%	8%	1.912
Pernambuco	84	4,3%	17%	504
Piauí	11	0,6%	15%	73
Rio de Janeiro	176	9,1%	6%	2.732
Rio Grande do Norte	17	0,9%	11%	159
Rio Grande do Sul	129	6,6%	6%	2.040
Rondônia	29	1,5%	29%	99
Roraima	2	0,1%	18%	11
Santa Catarina	191	9,8%	18%	1.066
São Paulo	474	24,4%	4%	12.113
Sergipe	12	0,6%	13%	90
Tocantins	22	1,1%	28%	79
<b>Total</b>	<b>1.944</b>	<b>100,0%</b>	<b>7%</b>	<b>27.452</b>

TABELA III.1.2 – RESPOSTAS POR REGIÕES DO PAÍS				
Estados	Respostas	%	% do Total	Corretoras
Norte	121	6%	19%	621
Nordeste	279	14%	11%	2.495
Centro-Oeste	180	9%	10%	1.765
Sudeste	898	46%	5%	17.553
Sul	466	24%	9%	5.018
<b>Total</b>	<b>1.944</b>	<b>100%</b>	<b>7%</b>	<b>27.452</b>

Na análise dos números, temos:

- Ao todo, tivemos 7% das respostas possíveis. Ou seja, 1.944 respostas, de 27.452.
- O estado de São Paulo apresentou o maior volume de respostas (474 entrevistas, 24% do total).
- Há estados em que a participação relativa foi maior, como Tocantins e Rondônia (com resposta de quase 30% das Corretoras daquele estado).
- Na análise das regiões do país, a região Sudeste foi, como era esperado, a que teve um maior volume de respostas (46% do total), já que também é a região com a maior quantidade de Corretoras existentes. Em termos relativos, porém, a região Norte foi a de participação mais expressiva (19% das Corretoras existentes).

## E) GRAU DE SIGNIFICÂNCIA ESTATÍSTICA

Tivemos 1.944 respostas, de um universo de 27.452 Corretoras de Seguros. Ou seja, aproximadamente 7,1% do total.

Em termos estatísticos, iremos admitir um erro amostral tolerável de 2,2% nos resultados. Ou seja, que os parâmetros populacionais em estudo se distanciem no máximo 2,2%, para mais ou para menos, em relação às estimativas estatísticas obtidas. É estabelecida, desta forma, uma probabilidade de acerto (nível de confiança) de 95% para as estimativas estatísticas a serem obtidas.<sup>2</sup> Essas condições são consideradas bem satisfatórias no estudo em questão.

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

- $n_0 = 1 / (2,2\%)^2 = 2.066$  entrevistas.

No cálculo, ajustamos adicionalmente o tamanho da amostra em função de toda a população. Ou seja,  $N = 27.452$  (quantidade de Corretoras de Seguros existentes no Brasil).

2. Metodologia e fórmulas retiradas de “Análise a respeito do tamanho de amostras aleatórias simples: Uma aplicação na área de Ciência da Informação”, de Ely Francina Tannuri de Oliveira e Maria Cláudia Cabrini Grácio. *Revista de Ciência da Informação* – v.6, n.3, jun/05. Ver [http://www.dgz.org.br/ago05/Art\\_01.htm#Nota03](http://www.dgz.org.br/ago05/Art_01.htm#Nota03).

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

- $n$  (amostra necessária) =  $(n_0 \times N) / (n_0 + N)$ .

Assim, agora considerando os números:

- $n = (2.066 \times 27.452) / (2.066 + 27.452) = 1.921$  entrevistas.

Como a amostra obtida (1.944 entrevistas) nas entrevistas supera esse valor, considera-se que os resultados obtidos são estatisticamente consistentes.

## III.2) Perfil Profissional

### A) PROPORÇÃO DOS CLIENTES

A primeira pergunta do perfil profissional se refere ao tipo de clientes das Corretoras de Seguros (pessoa física ou jurídica), conforme descrito abaixo.

**Pergunta:** Qual a proporção dos seus clientes em termos de receita (pessoa física e jurídica) da sua Corretora de Seguros no ano de 2012?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> PF: 100%; PJ: 0% | <input type="checkbox"/> PF: 90%; PJ: 10% |
| <input type="checkbox"/> PF: 80%; PJ: 20% | <input type="checkbox"/> PF: 70%; PJ: 30% |
| <input type="checkbox"/> PF: 60%; PJ: 40% | <input type="checkbox"/> PF: 50%; PJ: 50% |
| <input type="checkbox"/> PF: 40%; PJ: 60% | <input type="checkbox"/> PF: 30%; PJ: 70% |
| <input type="checkbox"/> PF: 20%; PJ: 80% | <input type="checkbox"/> PF: 10%; PJ: 90% |
| <input type="checkbox"/> PF: 0%; PJ: 100% |   |

Inicialmente, na Tabela III.2.1, a distribuição das respostas das Corretoras de Seguros, em todo Brasil.

<b>TABELA III.2.1 – PROPORÇÃO DOS CLIENTES PF – BRASIL – RESPOSTAS DAS CORRETORAS</b>		
<b>Perfil da Carteira</b>	<b>Quantidade</b>	<b>%</b>
PF: 100%; PJ: 0%	66	3%
PF: 90%; PJ: 10%	307	16%
PF: 80%; PJ: 20%	542	28%
PF: 70%; PJ: 30%	225	12%
PF: 60%; PJ: 40%	275	14%
PF: 50%; PJ: 50%	77	4%
PF: 40%; PJ: 60%	97	5%
PF: 30%; PJ: 70%	69	4%
PF: 20%; PJ: 80%	81	4%
PF: 10%; PJ: 90%	92	5%
PF: 0%; PJ: 100%	113	6%
<b>Total</b>	<b>1.944</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	<b>—</b>	<b>63%</b>

Já na Tabela III.2.2, algumas estatísticas (média e mediana) das proporções dos clientes pessoa física (PF), no país e nas regiões geográficas.

<b>TABELA III.2.2 – PROPORÇÃO DOS CLIENTES PF – ESTATÍSTICAS – MÉDIA E MEDIANA – BRASIL E REGIÕES</b>		
<b>Presença PF</b>	<b>Média</b>	<b>Mediana</b>
Brasil	63%	70%
Norte	59%	70%
Nordeste	68%	80%
Centro-Oeste	68%	80%
Sudeste	60%	70%
Sul	64%	70%

Na Tabela III.2.3, essas mesmas estatísticas, segundo os principais estados da União.

<b>TABELA III.2.3 – PROPORÇÃO DOS CLIENTES PF – ESTATÍSTICAS – MÉDIA E MEDIANA – ESTADOS DA UNIÃO</b>		
<b>Estados</b>	<b>Média</b>	<b>Mediana</b>
Alagoas	71%	80%
Amazonas	52%	60%
Bahia	66%	75%
Ceará	63%	70%
Distrito Federal	66%	80%
Espírito Santo	61%	75%
Goiás	67%	80%
Maranhão	63%	75%
Mato Grosso	57%	65%
Mato Grosso do Sul	75%	80%
Minas Gerais	60%	70%
Pará	59%	70%
Paraíba	72%	80%
Paraná	62%	70%
Pernambuco	69%	80%
Piauí	60%	60%
Rio de Janeiro	55%	60%
Rio Grande do Norte	75%	80%
Rio Grande do Sul	67%	70%
Rondônia	58%	70%
Santa Catarina	62%	70%
São Paulo	63%	70%
Sergipe	74%	80%
Tocantins	71%	80%

Nas tabelas seguintes, as respostas segundo as cinco regiões do país.

TABELA III.2.4 – PERGUNTA 3 – REGIÃO NORTE		
Perfil da Carteira	Quantidade	%
PF: 100%; PJ: 0%	5	4%
PF: 90%; PJ: 10%	18	15%
PF: 80%; PJ: 20%	25	21%
PF: 70%; PJ: 30%	14	12%
PF: 60%; PJ: 40%	18	15%
PF: 50%; PJ: 50%	7	6%
PF: 40%; PJ: 60%	8	7%
PF: 30%; PJ: 70%	5	4%
PF: 20%; PJ: 80%	6	5%
PF: 10%; PJ: 90%	3	2%
PF: 0%; PJ: 100%	12	10%
<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	—	<b>59%</b>
<b>Mediana</b>	—	<b>70%</b>

TABELA III.2.5 – PERGUNTA 3 – REGIÃO NORDESTE		
Perfil da Carteira	Quantidade	%
PF: 100%; PJ: 0%	9	3%
PF: 90%; PJ: 10%	51	18%
PF: 80%; PJ: 20%	94	34%
PF: 70%; PJ: 30%	36	13%
PF: 60%; PJ: 40%	41	15%
PF: 50%; PJ: 50%	3	1%
PF: 40%; PJ: 60%	8	3%
PF: 30%; PJ: 70%	7	3%
PF: 20%; PJ: 80%	9	3%
PF: 10%; PJ: 90%	10	4%
PF: 0%; PJ: 100%	11	4%
<b>Total</b>	<b>279</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	—	<b>68%</b>
<b>Mediana</b>	—	<b>80%</b>

**TABELA III.2.6 – PERGUNTA 3 – REGIÃO CENTRO-OESTE**

Perfil da Carteira	Quantidade	%
PF: 100%; PJ: 0%	8	4%
PF: 90%; PJ: 10%	29	16%
PF: 80%; PJ: 20%	62	34%
PF: 70%; PJ: 30%	18	10%
PF: 60%; PJ: 40%	30	17%
PF: 50%; PJ: 50%	6	3%
PF: 40%; PJ: 60%	4	2%
PF: 30%; PJ: 70%	5	3%
PF: 20%; PJ: 80%	6	3%
PF: 10%; PJ: 90%	1	1%
PF: 0%; PJ: 100%	11	6%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	—	<b>68%</b>
<b>Mediana</b>	—	<b>80%</b>

**TABELA II.2.7 – PERGUNTA 3 – REGIÃO SUDESTE**

Perfil da Carteira	Quantidade	%
PF: 100%; PJ: 0%	28	3%
PF: 90%; PJ: 10%	141	16%
PF: 80%; PJ: 20%	238	27%
PF: 70%; PJ: 30%	100	11%
PF: 60%; PJ: 40%	111	12%
PF: 50%; PJ: 50%	32	4%
PF: 40%; PJ: 60%	47	5%
PF: 30%; PJ: 70%	34	4%
PF: 20%; PJ: 80%	47	5%
PF: 10%; PJ: 90%	59	7%
PF: 0%; PJ: 100%	61	7%
<b>Total</b>	<b>898</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	—	<b>60%</b>
<b>Mediana</b>	—	<b>70%</b>

**TABELA III.2.8 – PERGUNTA 3 – REGIÃO SUL**

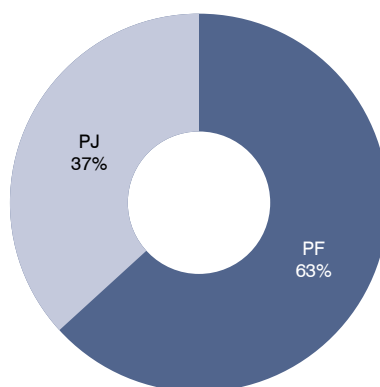
Perfil da Carteira	Quantidade	%
PF: 100%; PJ: 0%	16	3%
PF: 90%; PJ: 10%	68	15%
PF: 80%; PJ: 20%	123	26%
PF: 70%; PJ: 30%	57	12%
PF: 60%; PJ: 40%	75	16%
PF: 50%; PJ: 50%	29	6%
PF: 40%; PJ: 60%	30	6%
PF: 30%; PJ: 70%	18	4%
PF: 20%; PJ: 80%	13	3%
PF: 10%; PJ: 90%	19	4%
PF: 0%; PJ: 100%	18	4%
<b>Total</b>	<b>466</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	<b>—</b>	<b>64%</b>
<b>Mediana</b>	<b>—</b>	<b>70%</b>

Em relação aos números obtidos acima, ressaltamos:

- Em média, no país, de 60% a 70% da receita da carteira das Corretoras pertencem a corretores pessoas físicas.
- Existe uma homogeneidade muito grande nas carteiras ao longo do país. Entretanto, pelos dados da amostra, nas regiões Norte e Centro-Oeste, o percentual de cliente pessoa física é um pouco superior (pouco acima de 70%).

O Gráfico III.1 resume também essa distribuição.

**GRÁFICO III.1 – PERFIL DOS CLIENTES DAS CORRETORAS DE SEGUROS – BRASIL**





## B) PERFIL DA CARTEIRA

A pergunta seguinte é sobre o perfil da carteira da Corretora (em termos de receita), no que se refere aos seus vários ramos de seguros.

**Pergunta:** Qual a proporção aproximada da sua receita de comissão em função de cada ramo de seguros no ano de 2012 (preencher todos os parênteses de forma que o total seja 100%)?

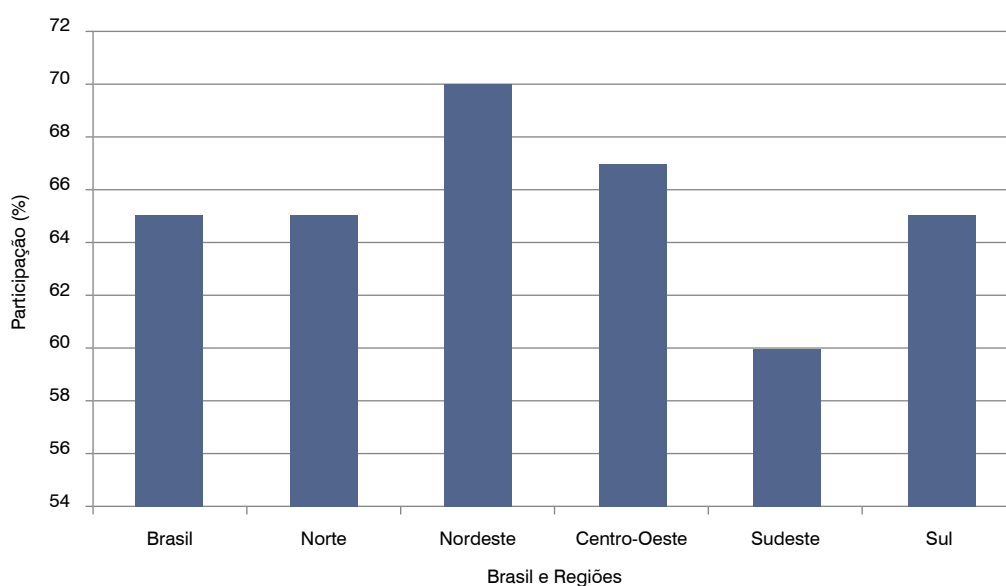
( ) Auto ( ) RE ( ) Saúde ( ) Vida ( ) Previdência ( ) Outros

Na Tabela III.2.9 está a distribuição da média do setor nessa pergunta, segundo o país e as suas várias regiões. Como se observa, no Nordeste, pela média dos valores, as Corretoras de Seguros possuiriam, teoricamente, uma maior proporção do ramo automóvel.

%	Auto	RE	Saúde	Vida	Previdência	Demais	Total
Brasil	56	15	8	11	3	7	100
Norte	56	12	8	14	4	6	100
Nordeste	63	11	9	9	3	5	100
Centro-Oeste	57	14	6	13	4	6	100
Sudeste	53	15	11	11	3	8	100
Sul	56	17	5	13	2	7	100

Existe, porém, uma diferença entre as médias e medianas das estatísticas no que se refere à participação das carteiras. Quando observamos os dados das medianas, vemos que as proporções, no caso do ramo automóvel, são um pouco maiores. Por exemplo, enquanto a média do país fica em torno de 56%, a mediana se situa em torno de 65%, conforme o Gráfico III.2.

**GRÁFICO III.2 – MEDIANA DAS TAXAS DE PARTICIPAÇÃO DO “RAMO AUTO”**



Um dos fatores para essa explicação é que, à medida que a Corretora aumenta o seu faturamento, a proporção do ramo automóvel diminui de importância na sua carteira. Essa situação é mostrada na Tabela III.2.10.

**TABELA III.2.10 – PARTICIPAÇÃO MÉDIA DO AUTOMÓVEL EM FUNÇÃO DA RECEITA DA CARTEIRA**

Receita da Corretora	Proporção do Auto
Até R\$ 60 mil	57%
De R\$ 61 a 120 mil	60%
De R\$ 121 a 180 mil	58%
De R\$ 181 a 240 mil	56%
De R\$ 241 a 450 mil	56%
De R\$ 451 a 720 mil	51%
De R\$ 721 a 1.400 mil	53%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	49%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	50%
Acima de R\$ 3.600 mil	47%

Por exemplo, há um patamar de 60% de proporção para as Corretoras menores e de 45% a 50% de proporção nas Corretoras maiores (Corretoras com faturamento acima de R\$ 1.400 mil/ano).

Na tabela seguinte, outras observações interessantes sobre a proporção das carteiras, segundo as regiões do país.

<b>TABELA III.2.11 – INDICADORES ADICIONAIS SOBRE A PROPORÇÃO DAS CARTEIRAS DAS CORRETORAS DE SEGUROS</b>			
<b>Regiões do País</b>	<b>&gt; 60% Auto</b>	<b>&gt; 40% Saúde</b>	<b>&gt; 40% Vida</b>
Brasil	61%	8%	8%
Norte	64%	7%	11%
Nordeste	69%	7%	6%
Centro-Oeste	59%	3%	9%
Sudeste	58%	10%	7%
Sul	63%	5%	10%

Por exemplo, no Nordeste, 69% das carteiras têm mais de 60% da sua carteira no ramo automóvel, 7% das Corretoras têm mais de 40% da receita em saúde e 6% das Corretoras têm mais de 40% da sua carteira no ramo vida.

Em essência, resumimos:

- Em média, a carteira de automóvel é a maior das Corretoras de Seguros. Em termos aproximados, varia de 45% a 60% da receita dessas empresas, com um valor médio de 56%.
- De um modo geral, em Corretoras menores, a participação desse ramo é um pouco maior. Ou seja, podemos dizer que tal crescimento se dá por influência da diversificação de operações.
- Em seguida, em segundo lugar estão os seguros de ramos elementares (RE), com aproximadamente 15% da receita, e o seguro de vida, um pouco abaixo.
- Em algumas regiões do país, a participação do automóvel é maior, como no caso do Nordeste. Nesse caso, quase 70% das Corretoras têm uma receita maior do que 60% derivada do ramo auto.
- Das regiões do país, a região Sudeste é a que tem a carteira mais diversificada. Por exemplo, 10% das Corretoras já obtêm da sua receita mais de 40% do ramo saúde. Nessa região, o ramo saúde tem mais importância para o corretor de seguros.

### C) GRAU DE RENOVAÇÃO DA CARTEIRA

A pergunta seguinte se refere ao perfil da carteira da Corretora (em termos de receita), nos seus vários ramos de seguros.

**Pergunta:** Qual o grau de renovação da sua carteira em 2012?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Acima de 90%    | <input type="checkbox"/> Entre 81 e 90%  |
| <input type="checkbox"/> Entre 71% e 80% | <input type="checkbox"/> Entre 61% e 70% |
| <input type="checkbox"/> Entre 51% e 60% | <input type="checkbox"/> Até 50%         |

Na Tabela III.2.12 está a distribuição das respostas segundo o grau de renovação dos corretores de seguros, em dados do Brasil.

TABELA III.2.12 – % ANUAL DE RENOVAÇÃO DAS CARTEIRAS – BRASIL		
Fidelidade	Quantidade	%
Acima de 90%	1.128	58%
Entre 81% e 90%	474	24%
Entre 71% e 80%	211	11%
Entre 61% e 70%	47	2%
Entre 51% e 60%	29	1%
Até 50%	55	3%
<b>Total</b>	<b>1.944</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	<b>88%</b>	—
<b>Mediana</b>	<b>96%</b>	—

Pelos números, temos um grau elevado de renovação das carteiras. Atualmente, 58% das Corretoras renovam anualmente mais do que 90% da sua carteira, e 24% renovam de 81% a 90% da carteira. Ou seja, mais de 80% dessas empresas renovam, no mínimo, 80% da sua carteira anualmente.

Abaixo, diversas tabelas com as estatísticas resumidas, separadas por regiões do país e, por fim, por estados.

TABELA III.2.13 – ESTATÍSTICAS DE RENOVAÇÃO DAS CARTEIRAS – BRASIL		
Fidelidade	Média	Mediana
Brasil	89%	96%
Norte	84%	86%
Nordeste	88%	96%
Centro-Oeste	85%	86%
Sudeste	90%	96%
Sul	89%	96%

TABELA III.2.14 – % DE RENOVAÇÃO DAS CARTEIRAS – NORTE		
Fidelidade	Quantidade	%
Acima de 90%	44	36%
Entre 81% e 90%	33	27%
Entre 71% e 80%	31	26%
Entre 61% e 70%	3	2%
Entre 51% e 60%	4	3%
Até 50%	6	5%
<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	—	<b>84%</b>
<b>Mediana</b>	—	<b>86%</b>

TABELA III.2.15 – % DE RENOVAÇÃO DAS CARTEIRAS – NORDESTE		
Fidelidade	Quantidade	%
Acima de 90%	149	53%
Entre 81% e 90%	80	29%
Entre 71% e 80%	33	12%
Entre 61% e 70%	6	2%
Entre 51% e 60%	6	2%
Até 50%	5	2%
<b>Total</b>	<b>279</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	—	<b>88%</b>
<b>Mediana</b>	—	<b>96%</b>

**TABELA III.2.16 – % DE RENOVAÇÃO DAS CARTEIRAS – CENTRO-OESTE**

Fidelidade	Quantidade	%
Acima de 90%	79	44%
Entre 81% e 90%	48	27%
Entre 71% e 80%	28	16%
Entre 61% e 70%	11	6%
Entre 51% e 60%	6	3%
Até 50%	8	4%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	—	<b>85%</b>
<b>Mediana</b>	—	<b>86%</b>

**TABELA III.2.17 – % DE RENOVAÇÃO DAS CARTEIRAS – SUDESTE**

Fidelidade	Quantidade	%
Acima de 90%	558	62%
Entre 81% e 90%	213	24%
Entre 71% e 80%	83	9%
Entre 61% e 70%	15	2%
Entre 51% e 60%	8	1%
Até 50%	21	2%
<b>Total</b>	<b>898</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	—	<b>90%</b>
<b>Mediana</b>	—	<b>96%</b>

**TABELA III.2.18 – % DE RENOVAÇÃO DAS CARTEIRAS – SUL**

Fidelidade	Quantidade	%
Acima de 90%	298	64%
Entre 81% e 90%	100	21%
Entre 71% e 80%	36	8%
Entre 61% e 70%	12	3%
Entre 51% e 60%	5	1%
Até 50%	15	3%
<b>Total</b>	<b>466</b>	<b>100%</b>
<b>Média (PF)</b>	—	<b>89%</b>
<b>Mediana</b>	—	<b>96%</b>

**TABELA III.2.19 – % DE RENOVAÇÃO DAS CARTEIRAS – ESTADOS**

<b>Fidelidade</b>	<b>Média</b>	<b>Mediana</b>
Alagoas	86%	86%
Amazonas	83%	86%
Bahia	88%	86%
Ceará	89%	96%
Distrito Federal	81%	86%
Espírito Santo	87%	91%
Goiás	88%	86%
Maranhão	86%	91%
Mato Grosso	84%	86%
Mato Grosso do Sul	85%	96%
Minas Gerais	89%	96%
Pará	81%	76%
Paraíba	88%	96%
Paraná	89%	96%
Pernambuco	89%	96%
Piauí	90%	86%
Rio de Janeiro	90%	96%
Rio Grande do Norte	91%	96%
Rio Grande do Sul	91%	96%
Rondônia	85%	86%
Santa Catarina	89%	96%
São Paulo	90%	96%
Sergipe	86%	88%
Tocantins	86%	86%

Na análise das tabelas, observamos um alto grau de homogeneidade nos estados e nas regiões do país, no que se refere ao nível de renovação das carteiras. Ou seja, há uma uniformidade ao longo do Brasil.

## D) PERGUNTAS SOBRE A MÃO DE OBRA

A pergunta seguinte se refere à quantidade da mão de obra existente em uma Corretora de Seguros.

### Perguntas sobre a mão de obra na Corretora de Seguros (digitar os números):

- Quantas pessoas trabalham na sua Corretora de Seguros (incluir sócios, familiares e terceirizados)? ( \_\_\_\_ )
- Do grupo anterior, quantos são os familiares seus e de seus sócios que trabalham na Corretora? ( \_\_\_\_ )
- Quantos são os corretores habilitados (com carteira Susep) que trabalham na sua Corretora de Seguros? ( \_\_\_\_ )

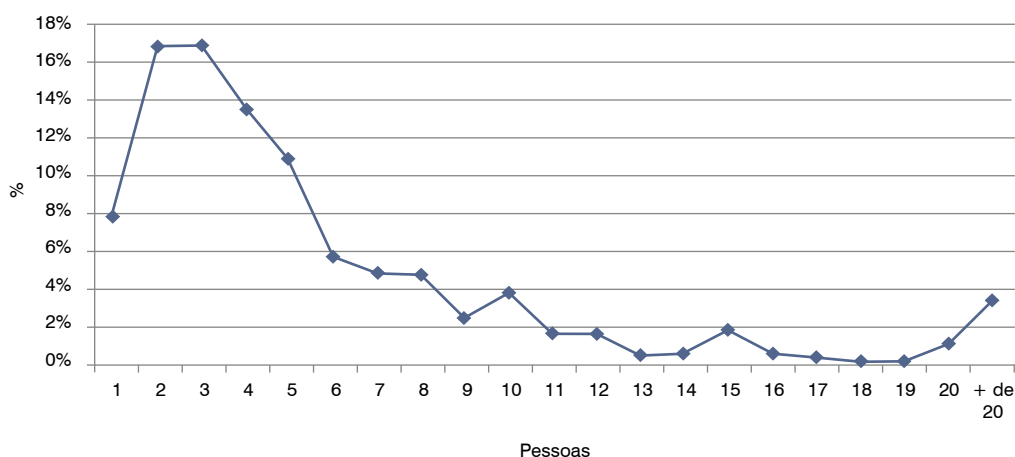
Nesse caso, a Corretora digitava os respectivos valores. É possível verificar na Tabela III.2.20, inicialmente, a quantidade de pessoas.

TABELA III.2.20 – QUANTIDADE DE PESSOAS EM CADA CORRETORA		
Quantas Pessoas?	Quantidade	%
1	152	8%
2	326	17%
3	328	17%
4	262	13%
5	212	11%
6	111	6%
7	94	5%
8	93	5%
9	48	2%
10	74	4%
11	32	2%
12	32	2%
13	11	1%
14	13	1%
15	37	2%
16	13	1%
17	8	0%
18	5	0%
19	4	0%
20	22	1%
Acima de 20	67	3%
<b>Total</b>	<b>1.944</b>	<b>100%</b>
<b>Mediana</b>	<b>4,0</b>	<b>—</b>



Por exemplo, 6% das Corretoras têm seis pessoas trabalhando na mesma. A seguir, Gráfico III.3, com essa distribuição.

**GRÁFICO III.3 – QUANTIDADE DE PESSOAS QUE TRABALHAM NA CORRETORA DE SEGUROS – BRASIL**



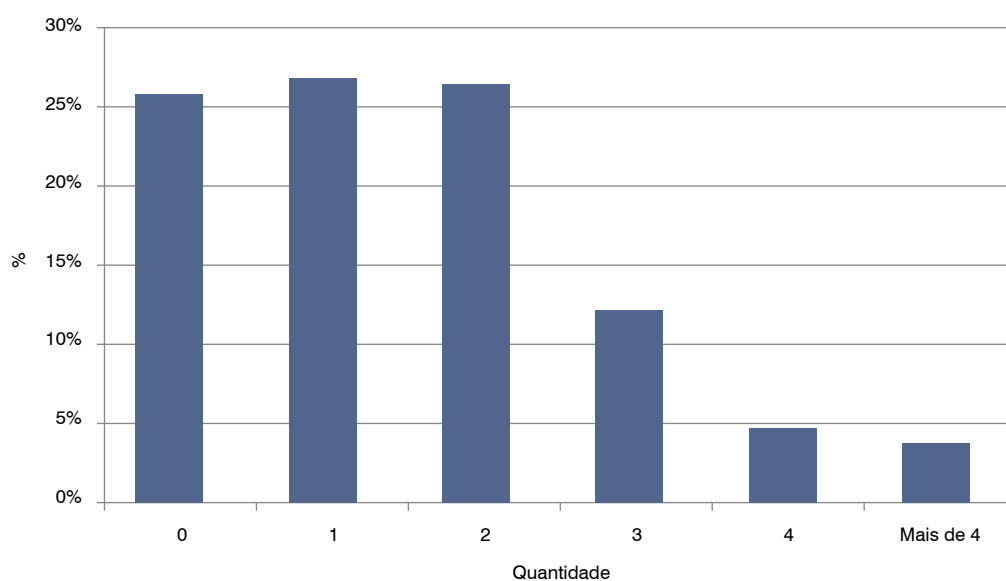
Na Tabela III.2.21, percebe-se a quantidade de familiares envolvidos na Corretora de Seguros. Por exemplo, em 27% dessas empresas trabalha um familiar de corretor.

**TABELA III.2.21 – QUANTIDADE DE FAMILIARES EM CADA CORRETORA**

Quantos Familiares?	Quantidade	%
0	502	26%
1	524	27%
2	516	27%
3	239	12%
4	92	5%
Mais de 4	71	4%
<b>Total</b>	<b>1.944</b>	<b>100%</b>
<b>Mediana</b>	<b>1,0</b>	<b>—</b>

Em seguida, no Gráfico III.4, essa situação também representada.

### GRÁFICO III.4 – FAMILIARES TRABALHANDO NA CORRETORA DE SEGUROS



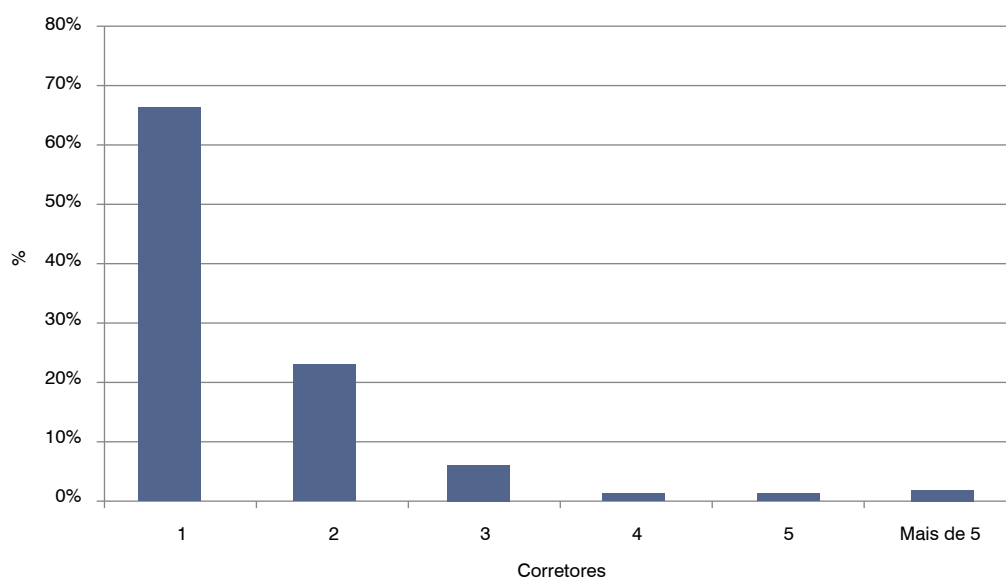
Por fim, na Tabela III.2.22, a quantidade de corretores habilitados em cada empresa. Na grande maioria dos casos (67%), somente um corretor trabalha na empresa.

TABELA III.2.22 – QUANTIDADE DE CORRETORES EM CADA CORRETORA

Quantos Corretores?	Quantidade	%
1	1.298	67%
2	447	23%
3	114	6%
4	30	2%
5	22	1%
Mais de 5	33	2%
<b>Total</b>	<b>1.944</b>	<b>100%</b>
<b>Mediana</b>	<b>1,0</b>	<b>—</b>

A seguir, o Gráfico III.5, que representa essa situação.

**GRÁFICO III.5 – CORRETORES TRABALHANDO NA CORRETORA DE SEGUROS**



Quando consideramos os dados por região, temos a Tabela III.2.23 e a Tabela III.2.24. A primeira exibe as medianas; na segunda estão informações complementares.

**TABELA III.2.23 – MEDIANA DAS ESTATÍSTICAS – REGIÕES DO PAÍS**

Mediana	Pessoas	Familiares	Corretores
Brasil	4	1	1
Norte	4	1	1
Nordeste	4	2	1
Centro-Oeste	4	1	1
Sudeste	4	1	1
Sul	4	1	1

**TABELA III.2.24 – DISTRIBUIÇÃO % – REGIÕES DO PAÍS**

Distribuição %	Mais de 4 Pessoas	Mais de 1 familiar	Mais de 1 corretor
Brasil	45%	47%	33%
Norte	45%	48%	26%
Nordeste	50%	52%	35%
Centro-Oeste	48%	45%	33%
Sudeste	44%	45%	34%
Sul	43%	50%	32%

Por fim, na Tabela II.2.25, as informações de alguns estados selecionados.

TABELA III.2.25 – INFORMAÇÃO POR ESTADOS – MÃO DE OBRA			
Mediana	Pessoas	Familiares	Corretores
Alagoas	6	2	1
Amazonas	4	1	1
Bahia	4	1	1
Ceará	6	1	1
Distrito Federal	5	1	1
Espírito Santo	5	2	1
Goiás	4	2	1
Maranhão	4	2	1
Mato Grosso	4	2	1
Mato Grosso do Sul	4	2	1
Minas Gerais	4	1	1
Pará	5	2	1
Paraíba	4	2	1
Paraná	4	1	1
Pernambuco	5	2	1
Piauí	4	1	1
Rio de Janeiro	4	1	1
Rio Grande do Norte	5	2	2
Rio Grande do Sul	4	1	1
Rondônia	4	2	1
Santa Catarina	4	2	1
São Paulo	4	1	1
Sergipe	5	1	1
Tocantins	4	1	1

Por fim, em resumo, na análise de todos os dados, temos:

- Uma Corretora padrão tem quatro funcionários.
- 66% dessas empresas possuem até cinco pessoas trabalhando (incluindo familiares e os próprios corretores).
- 15% das Corretoras trabalham com dez ou mais funcionários.
- Uma Corretora padrão tem um familiar trabalhando nela.
- 47% das empresas têm dois ou mais familiares trabalhando nela.

- Na maioria das Corretoras só há um corretor habilitado trabalhando. Em 23% das empresas, há dois sócios corretores.
- Percebe-se certa homogeneidade no tamanho das empresas ao longo do país. Entretanto, no Nordeste, há uma leve tendência de as Corretoras de seguros empregarem mais pessoas (10% a 15%).
- Em termos do emprego de familiares no negócio, as regiões Sul e Nordeste também têm um pequeno aumento médio nessa tendência.

## E) PERGUNTAS SOBRE O FATURAMENTO

A última pergunta com relação ao perfil profissional se refere ao faturamento médio das Corretoras de Seguros, conforme abaixo.

**Pergunta:** Qual foi o faturamento da sua Corretora no ano de 2012 (comissões recebidas)?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Até R\$ 60 mil                   | <input type="checkbox"/> De R\$ 61 a R\$ 120 mil          |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 121 mil a R\$ 180 mil     | <input type="checkbox"/> De R\$ 181 mil a R\$ 240 mil     |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 241 mil a R\$ 450 mil     | <input type="checkbox"/> De R\$ 451 mil a R\$ 720 mil     |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 721 mil a R\$ 1.400 mil   | <input type="checkbox"/> De R\$ 1.401 mil a R\$ 2.400 mil |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 2.401 mil a R\$ 3.600 mil | <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 3.600 mil           |

Assim, nas tabelas seguintes estão os respectivos faturamentos, no país e nas diversas regiões.

TABELA III.2.26 – DISTRIBUIÇÃO DA RECEITA DAS CORRETORAS – BRASIL		
Faturamento	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	389	20%
De R\$ 61 a 120 mil	287	15%
De R\$ 121 a 180 mil	318	16%
De R\$ 181 a 240 mil	145	7%
De R\$ 241 a 450 mil	334	17%
De R\$ 451 a 720 mil	157	8%
De R\$ 721 a 1.400 mil	175	9%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	77	4%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	17	1%
Acima de R\$ 3.600 mil	45	2%
<b>Total</b>	<b>1.944</b>	<b>100%</b>

**TABELA III.2.27 – DISTRIBUIÇÃO DA RECEITA DAS CORRETORAS – NORTE**

Faturamento	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	26	21%
De R\$ 61 a 120 mil	17	14%
De R\$ 121 a 180 mil	26	21%
De R\$ 181 a 240 mil	11	9%
De R\$ 241 a 450 mil	24	20%
De R\$ 451 a 720 mil	11	9%
De R\$ 721 a 1.400 mil	5	4%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	1	1%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	0	0%
Acima de R\$ 3.600 mil	0	0%
<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>

**TABELA III.2.28 – DISTRIBUIÇÃO DA RECEITA DAS CORRETORAS – NORDESTE**

Faturamento	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	47	17%
De R\$ 61 a 120 mil	53	19%
De R\$ 121 a 180 mil	47	17%
De R\$ 181 a 240 mil	26	9%
De R\$ 241 a 450 mil	50	18%
De R\$ 451 a 720 mil	19	7%
De R\$ 721 a 1.400 mil	22	8%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	7	3%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	2	1%
Acima de R\$ 3.600 mil	6	2%
<b>Total</b>	<b>279</b>	<b>100%</b>

**TABELA III.2.29 – DISTRIBUIÇÃO DA RECEITA DAS CORRETORAS – CENTRO-OESTE**

Faturamento	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	41	23%
De R\$ 61 a 120 mil	21	12%
De R\$ 121 a 180 mil	23	13%
De R\$ 181 a 240 mil	16	9%
De R\$ 241 a 450 mil	32	18%
De R\$ 451 a 720 mil	15	8%
De R\$ 721 a 1.400 mil	17	9%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	7	4%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	4	2%
Acima de R\$ 3.600 mil	4	2%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

TABELA III.2.30 – DISTRIBUIÇÃO DA RECEITA DAS CORRETORAS – SUDESTE		
Faturamento	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	176	20%
De R\$ 61 a 120 mil	123	14%
De R\$ 121 a 180 mil	155	17%
De R\$ 181 a 240 mil	61	7%
De R\$ 241 a 450 mil	151	17%
De R\$ 451 a 720 mil	79	9%
De R\$ 721 a 1.400 mil	83	9%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	40	4%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	8	1%
Acima de R\$ 3.600 mil	22	2%
<b>Total</b>	<b>898</b>	<b>100%</b>

TABELA III.2.31 – DISTRIBUIÇÃO DA RECEITA DAS CORRETORAS – SUL		
Faturamento	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	99	21%
De R\$ 61 a 120 mil	73	16%
De R\$ 121 a 180 mil	67	14%
De R\$ 181 a 240 mil	31	7%
De R\$ 241 a 450 mil	77	17%
De R\$ 451 a 720 mil	33	7%
De R\$ 721 a 1.400 mil	48	10%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	22	5%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	3	1%
Acima de R\$ 3.600 mil	13	3%
<b>Total</b>	<b>466</b>	<b>100%</b>

Na Tabela III.2.32, estatísticas da distribuição da receita das Corretoras.

TABELA III.2.32 – ESTATÍSTICAS – RECEITA DAS CORRETORAS					
	Mediana (R\$ mil/ano)	Média (R\$ mil/ano)	% < R\$ 180 mil/ano	% > R\$ 450 mil/ano	% > R\$ 1.400 mil/ano
Brasil	150	471	51%	24%	7%
Norte	150	256	57%	14%	1%
Nordeste	150	422	53%	20%	5%
Centro-Oeste	210	511*	47%	26%	8%
Sudeste	150	491	51%	26%	8%
Sul	150	502	51%	26%	8%

\* Sem o DF, R\$ 372 mil/ano.

Por fim, a média das receitas das Corretoras de Seguros, a partir da amostra, segundo os dados da amostra.

<b>TABELA III.2.33 – ESTATÍSTICAS – RECEITA DAS CORRETORAS</b>	
<b>Estados</b>	<b>Média (R\$ mil/ano)</b>
Distrito Federal	842
Santa Catarina	533
Ceará	531
Rio Grande do Sul	526
Pernambuco	522
Espírito Santo	514
Rio de Janeiro	508
São Paulo	489
Minas Gerais	480
Alagoas	458
Paraná	441
Rio Grande do Norte	440
Goiás	404
Mato Grosso do Sul	387
Piauí	372
Maranhão	363
Bahia	343
Sergipe	332
Pará	291
Mato Grosso	268
Amazonas	265
Rondônia	237
Tocantins	191
Paraíba	190

Em relação a todas essas informações, os seguintes aspectos podem ser ressaltados:

- Em média, no país, o faturamento das Corretoras foi de R\$ 471 mil/ano. Contudo, a grande maioria destas tem uma receita bem menor, de R\$ 150 mil/ano. Aproximadamente 50% das empresas faturam até R\$ 180 mil/ano.
- Considerando-se o Distrito Federal, a região Centro-Oeste é que tem o maior faturamento médio (R\$ 511 mil/ano). Se retirarmos a capital do país dessa conta, o faturamento médio dos outros estados da região cai para R\$ 372 mil/ano.



- Em seguida estão as regiões Sudeste e Sul com uma receita média de R\$ 500 mil/ano. Ou seja, ressaltamos que o que faz esse maior valor é a presença de grandes Corretoras na região. Por exemplo, existem 8% de empresas que faturam mais de R\$ 1.400 mil/ano, contra 1% na região Norte.
- Por fim, com rendimentos mais baixos, há a região Nordeste, que registrou um faturamento médio de R\$ 422 mil/ano, e a região Norte, com R\$ 256 mil/ano.
- Como comparação adicional, nas regiões Sul e Sudeste, 26% das Corretoras ganham acima de R\$ 450 mil/ano; na região Norte, 14% das Corretoras têm esse perfil.

### III.3) Avaliação Mercadológica

#### A) QUANTIDADE DE SEGURADORAS

A primeira pergunta desse item avalia a quantidade de seguradoras com que os corretores trabalham, conforme abaixo.

**Pergunta:** Com quantas seguradoras, com no mínimo 10% da sua produção total, você trabalha atualmente?

- 1     2     3     4  
 5     6     7     Acima de 7

A seguir, em diversas tabelas, os resultados nas regiões do país.

TABELA III.3.1 – QUANTIDADE DE SEGURADORAS – BRASIL		
Perfil da Carteira	Quantidade	%
1	81	4%
2	139	7%
3	363	19%
4	490	25%
5	413	21%
6	169	9%
7	108	6%
8 ou mais	181	9%
<b>Total</b>	<b>1.944</b>	<b>100%</b>
<b>Média</b>	<b>4,5</b>	<b>—</b>
<b>Mediana</b>	<b>4,0</b>	<b>—</b>

### GRÁFICO III.6 – QUANTIDADE DE SEGURADORAS OPERADAS PELAS CORRETORAS – BRASIL

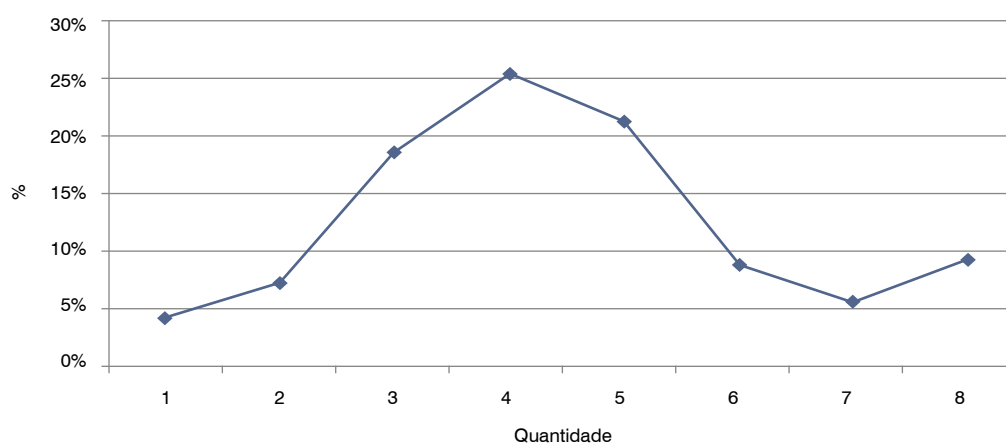


TABELA III.3.2 – QUANTIDADE DE SEGURADORAS – NORTE

Perfil da Carteira	Quantidade	%
1	12	10%
2	10	8%
3	17	14%
4	31	26%
5	22	18%
6	6	5%
7	5	4%
8 ou mais	18	15%
<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>
<b>Média</b>	<b>4,4</b>	—
<b>Mediana</b>	<b>4,0</b>	—

TABELA III.3.3 – QUANTIDADE DE SEGURADORAS – NORDESTE		
Perfil da Carteira	Quantidade	%
1	12	10%
2	10	8%
3	17	14%
4	31	26%
5	22	18%
6	6	5%
7	5	4%
8 ou mais	18	15%
<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>
<b>Média</b>	<b>4,4</b>	<b>—</b>
<b>Mediana</b>	<b>4,0</b>	<b>—</b>

TABELA III.3.4 – QUANTIDADE DE SEGURADORAS – CENTRO-OESTE		
Perfil da Carteira	Quantidade	%
1	12	7%
2	7	4%
3	35	19%
4	52	29%
5	41	23%
6	9	5%
7	12	7%
8 ou mais	12	7%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>
<b>Média</b>	<b>4,3</b>	<b>—</b>
<b>Mediana</b>	<b>4,0</b>	<b>—</b>

TABELA III.3.5 – QUANTIDADE DE SEGURADORAS – SUDESTE		
Perfil da Carteira	Quantidade	%
1	31	3%
2	72	8%
3	159	18%
4	227	25%
5	205	23%
6	89	10%
7	34	4%
8 ou mais	81	9%
<b>Total</b>	<b>898</b>	<b>100%</b>
<b>Média</b>	<b>4,5</b>	—
<b>Mediana</b>	<b>4,0</b>	—

TABELA III.3.6 – QUANTIDADE DE SEGURADORAS – SUL		
Perfil da Carteira	Quantidade	%
1	15	3%
2	33	7%
3	101	22%
4	109	23%
5	92	20%
6	40	9%
7	32	7%
8 ou mais	44	9%
<b>Total</b>	<b>466</b>	<b>100%</b>
<b>Média</b>	<b>4,5</b>	—
<b>Mediana</b>	<b>4,0</b>	—

A seguir, outras estatísticas relativas a essa pergunta.

TABELA III.3.7 – QUANTIDADE DE SEGURADORAS – ESTATÍSTICAS		
Regiões	Média	Mediana
Brasil	4,5	4,0
Norte	4,4	4,0
Nordeste	4,6	4,0
Centro-Oeste	4,3	4,0
Sudeste	4,5	4,0
Sul	4,5	4,0

**TABELA III.3.8 – QUANTIDADE DE SEGURADORAS – FAIXAS DISTINTAS**

Quantidade de Seguradoras	Até 4	5	6 ou mais
Brasil	55%	21%	24%
Norte	58%	18%	24%
Nordeste	54%	19%	27%
Centro-Oeste	59%	23%	18%
Sudeste	54%	23%	23%
Sul	55%	20%	25%

**TABELA III.3.9 – QUANTIDADE DE SEGURADORAS – ESTATÍSTICAS – ESTADOS**

Estados	Média	Mediana
Alagoas	4,5	4,0
Amazonas	3,9	4,0
Bahia	5,0	5,0
Ceará	4,8	5,0
Distrito Federal	4,2	4,0
Espírito Santo	4,3	5,0
Goiás	4,5	4,0
Maranhão	4,2	4,0
Mato Grosso	4,3	4,0
Mato Grosso do Sul	3,9	4,0
Minas Gerais	4,6	4,0
Pará	4,8	4,0
Paraíba	4,1	4,0
Paraná	4,7	4,0
Pernambuco	4,5	4,0
Piauí	4,7	4,0
Rio de Janeiro	4,4	4,0
Rio Grande do Norte	4,6	4,0
Rio Grande do Sul	4,5	4,0
Rondônia	4,3	4,0
Santa Catarina	4,4	4,0
São Paulo	4,4	4,0
Sergipe	4,2	3,5
Tocantins	4,4	5,0

Na análise de todos esses indicadores, os seguintes aspectos podem ser ressaltados:

- De um modo geral, 75% a 80% das Corretoras trabalham com até cinco seguradoras.
- Apenas 9% das Corretoras operam com oito ou mais seguradoras.
- Na prática, não existe diferença geográfica relevante com relação a essa decisão estratégica.

## B) MOTIVOS DE ESCOLHA DE UMA SEGURADORA

Nesse item foram elencados diversos fatores.

**Pergunta:** Quais são os três motivos principais para a sua Corretora escolher uma seguradora?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Qualidade dos terceirizados | <input type="checkbox"/> Solvência da companhia |
| <input type="checkbox"/> Indicação do segurado       | <input type="checkbox"/> Relacionamento pessoal |
| <input type="checkbox"/> Agilidade na cotação        | <input type="checkbox"/> Emissão rápida         |
| <input type="checkbox"/> Liquidação mais rápida      | <input type="checkbox"/> Menor preço            |

Inicialmente, na tabela III.3.10, as respostas do Brasil e por regiões.

TABELA III.3.10 – FATORES MAIS RELEVANTES – REGIÕES DO PAÍS						
Fatores	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Terceiros	8%	15%	8%	7%	8%	7%
Indicação	2%	2%	1%	2%	2%	1%
Cotação	12%	11%	12%	14%	11%	13%
Liquidação	22%	21%	21%	22%	22%	23%
Solvência	12%	8%	9%	10%	13%	14%
Relacionamento	20%	18%	23%	18%	20%	18%
Emissão	10%	10%	12%	15%	10%	8%
Preço	14%	14%	13%	13%	13%	16%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

A seguir, o ranking com as posições de importância.

TABELA III.3.11 – POSIÇÃO NO RANKING DE IMPORTÂNCIA – FATORES						
Fatores	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Terceiros	—	3	—	—	—	—
Indicação	—	—	—	—	—	—
Cotação	5	5	4	4	5	5
Liquidação	1	1	2	1	1	1
Solvência	4	—	—	—	4	4
Relacionamento	2	2	1	2	2	2
Emissão	—	—	5	3	—	—
Preço	3	4	3	5	3	3

Como se observa, os cinco principais fatores, em termos de escolha de uma seguradora, são, nesta ordem de importância: liquidação mais rápida, relacionamento pessoal, preço do seguro, solvência da companhia e agilidade na cotação.

Nesse sentido, é oportuno detalhar mais a análise sobre esses fatores específicos, o que pode ser visto na Tabela III.3.12.

TABELA III.3.12 – IMPORTÂNCIA DOS FATORES EM FUNÇÃO DA RECEITA					
% de Relevância	Liquidação	Relacionamento	Preço	Solvência	Cotação
Até R\$ 60 mil	18%	18%	17%	10%	14%
De R\$ 61 a 120 mil	22%	20%	15%	12%	12%
De R\$ 121 a 180 mil	23%	19%	16%	11%	12%
De R\$ 181 a 240 mil	24%	20%	14%	12%	13%
De R\$ 241 a 450 mil	24%	21%	13%	13%	9%
De R\$ 451 a 720 mil	23%	22%	12%	12%	10%
De R\$ 721 a 1.400 mil	23%	18%	12%	13%	13%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	24%	21%	9%	16%	15%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	20%	27%	10%	14%	14%
Acima de R\$ 3.600 mil	21%	21%	9%	21%	9%
<b>Total</b>	<b>22%</b>	<b>20%</b>	<b>14%</b>	<b>12%</b>	<b>12%</b>

Visando a facilitar a análise, podemos agrupar as Corretoras em três tamanhos distintos, conforme o critério da Tabela III.3.13.

TABELA III.3.13 – PORTE DAS CORRETORAS – FAIXAS	
Porte	Receita Anual
Menor	Até R\$ 240 mil
Médio	Entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil
Maior	Acima de R\$ 1.400 mil

Assim, temos a Tabela III.3.14.

TABELA III.3.14 – IMPORTÂNCIA DOS FATORES EM FUNÇÃO DO PORTE					
Porte	Liquidação	Relacionamento	Preço	Solvência	Cotação
Menor	21%	19%	16%	11%	13%
Médio	24%	21%	13%	13%	10%
Maior	23%	22%	9%	18%	13%

Na análise, levando-se em conta o faturamento das Corretoras, alguns aspectos interessantes podem ser ressaltados.

- A liquidação mais rápida e o relacionamento pessoal são os fatores que mais preocupam todas as Corretoras, no caso da escolha de uma seguradora. Essa preferência independe do tamanho da Corretora e da região geográfica.
- Na terceira colocação, as preferências se dividem um pouco. O preço do seguro preocupa mais as empresas de menor porte (16% das citações), porém, nas de grande porte, esse fator perde importância (9% das citações). Já o fator solvência tem comportamento inverso. Ele é citado principalmente pelas maiores companhias (18% das citações), e menos pelas Corretoras menores (11% das citações).
- Nas Corretoras de médio porte, a velocidade de liquidação é um fator que relativamente ganha maior destaque (24% das citações).



## C) A CORRETORA POSSUI OUTROS NEGÓCIOS?

Nesse item foi avaliada a existência de outros negócios por parte dos proprietários da Corretora de Seguros, conforme a pergunta abaixo.

**Pergunta:** O sócio principal da empresa possui outros negócios, além de corretagem de seguros?

( ) Sim ( ) Não

Inicialmente, na Tabela III.3.15 está presente a avaliação dos dados do país e regiões. É interessante avaliar esse aspecto em função da renda das companhias, como é visto também a seguir.

TABELA III.3.15 – TEM OUTRO NEGÓCIO? – POR REGIÕES			
Regiões	Tem outro negócio?	Respostas	% Sim
Norte	44	121	36%
Nordeste	90	279	32%
Centro-Oeste	39	180	22%
Sudeste	227	898	25%
Sul	129	466	28%
<b>Total</b>	<b>529</b>	<b>1.944</b>	<b>27%</b>

TABELA III.3.16 – TEM OUTRO NEGÓCIO? – POR RENDA			
Faturamento	Tem outro negócio?	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	129	389	33%
De R\$ 61 a 120 mil	77	287	27%
De R\$ 121 a 180 mil	90	318	28%
De R\$ 181 a 240 mil	40	145	28%
De R\$ 241 a 450 mil	77	334	23%
De R\$ 451 a 720 mil	29	157	18%
De R\$ 721 a 1.400 mil	40	175	23%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	25	77	32%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	4	17	24%
Acima de R\$ 3.600 mil	18	45	40%
<b>Total</b>	<b>529</b>	<b>1.944</b>	<b>27%</b>

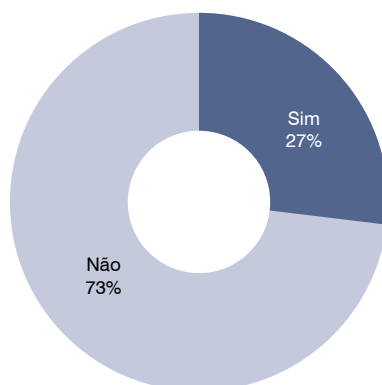
**TABELA III.3.17 – TEM OUTRO NEGÓCIO? – POR PORTE**

Porte	Tem outro negócio?	Quantidade	%
Menor	336	1.139	29%
Médio	146	666	22%
Maior	47	139	34%

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

Como se observa, em média, de 25% a 30% das Corretoras têm também outro negócio, além de corretagem de seguros. Esse comportamento é distribuído em empresas de diversos tamanhos, mas, em geral, são as Corretoras de maior e menor porte que têm essa tendência. Por exemplo, entre as empresas de maior porte, 34% têm essa diversificação.

Como representação da situação desse item, os dados acumulados do país, em termos gráficos.

**GRÁFICO III.7 – TEM OUTRO NEGÓCIO, ALÉM DE CORRETAGEM DE SEGUROS? DADOS DO BRASIL**

Em seguida, os dados dos estados.

TABELA III.3.18 – TEM OUTRO NEGÓCIO? – POR ESTADO			
Estados	Tem outro negócio?	Amostra	% Sim
Alagoas	6	21	29%
Amazonas	10	29	34%
Bahia	26	64	41%
Ceará	11	29	38%
Distrito Federal	13	53	25%
Espírito Santo	14	28	50%
Goiás	13	73	18%
Maranhão	9	20	45%
Mato Grosso	6	26	23%
Mato Grosso do Sul	7	28	25%
Minas Gerais	56	220	25%
Pará	13	35	37%
Paraíba	6	21	29%
Paraná	38	146	26%
Pernambuco	23	84	27%
Piauí	4	11	36%
Rio de Janeiro	45	176	26%
Rio Grande do Norte	3	17	18%
Rio Grande do Sul	43	129	33%
Rondônia	9	29	31%
Santa Catarina	48	191	25%
São Paulo	112	474	24%
Sergipe	2	12	17%
Tocantins	8	22	36%

Na análise dos números estaduais, o comportamento é um pouco menos simétrico, mas a representatividade da amostra também é menor. No Norte existe uma maior tendência de as Corretoras terem outros negócios (36% das empresas responderam que sim). No Sudeste, esse número foi de 25%.

### III.4) Necessidade das Corretoras – Assuntos Relevantes

Esse item discute os temas mais relevantes no mercado de corretagem de seguros, conforme abaixo.

**Pergunta:** Com relação aos assuntos abaixo, como você qualifica em grau de importância?

( 4 ) Muito Importante; ( 3 ) Importante; ( 2 ) Razoável; ( 1 ) Pouco Importante; ( 0 ) Não Sei. (Responder todas as opções!)

- Vender produtos que não sejam de seguros para a sua clientela.
- O problema dos “riscos declináveis” em alguns produtos.
- Sua Corretora vender produtos de microsseguro.
- Distribuição de seguros em bancos.
- Distribuição de seguros em concessionárias.
- Distribuição de seguros em imobiliárias.
- Distribuição de seguros “on-line”, pela Internet.
- Distribuição de seguros em supermercados.
- Venda de “proteção veicular” pelas cooperativas.
- Alguns corretores com preço diferenciado.

Ao todo, foram dez questões, em que a Corretora podia qualificar a situação de “pouco importante” a “muito importante”, com a opção extra de responder que não tinha uma opinião firmada a respeito. Essa análise detalhada é feita a seguir.

#### A) VENDER PRODUTOS QUE NÃO SEJAM DE SEGUROS

O primeiro questionamento se refere ao interesse e à possibilidade de vender produtos que não sejam de seguros. A seguir, diversas informações com os resultados.

**TABELA III.4.1 – VENDER OUTROS TIPOS DE PRODUTO? – POR REGIÃO**

Venda de outros produtos	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito Importante	4%	5%	3%	5%	5%	4%
Importante	15%	12%	14%	16%	16%	12%
Razoável	19%	16%	18%	21%	21%	16%
Pouco Importante	55%	60%	57%	53%	52%	60%
Não Sei	6%	7%	8%	6%	6%	7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Importante+Mto Importante</b>	<b>19%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>16%</b>

**TABELA III.4.2 – VENDER OUTROS TIPOS DE PRODUTO? – POR RENDA**

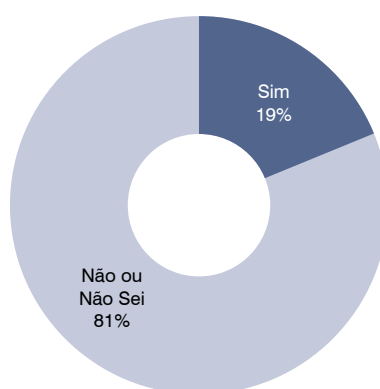
Faturamento	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	86	389	22%
De R\$ 61 a 120 mil	48	287	17%
De R\$ 121 a 180 mil	62	318	19%
De R\$ 181 a 240 mil	30	145	21%
De R\$ 241 a 450 mil	58	334	17%
De R\$ 451 a 720 mil	23	157	15%
De R\$ 721 a 1.400 mil	38	175	22%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	16	77	21%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	4	17	24%
Acima de R\$ 3.600 mil	7	45	16%
<b>Total</b>	<b>372</b>	<b>1.944</b>	<b>19%</b>

**TABELA III.4.3 – VENDER OUTROS TIPOS DE PRODUTO? – POR PORTE**

Porte	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Menor	226	1.139	20%
Médio	119	666	18%
Maior	27	139	19%
<b>Total</b>	<b>372</b>	<b>1.944</b>	<b>19%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.8 – VENDER OUTROS PRODUTOS – IMPORTANTE/MUITO IMPORTANTE – BRASIL**



Na análise dos números, temos:

- Em média, quase 20% das Corretoras de Seguros teriam interesse em vender outros produtos que não sejam de seguros.
- Esse desejo está relativamente bem distribuído entre todas as regiões do país e para diversos portes de Corretoras. Entretanto, as Corretoras de médio porte é que teriam, teoricamente, uma menor propensão a essa tendência.

## B) PROBLEMA DOS RISCOS DECLINÁVEIS

A situação dos riscos declináveis é um dos temas que mais preocupa as Corretoras de Seguros. A seguir, alguns números.

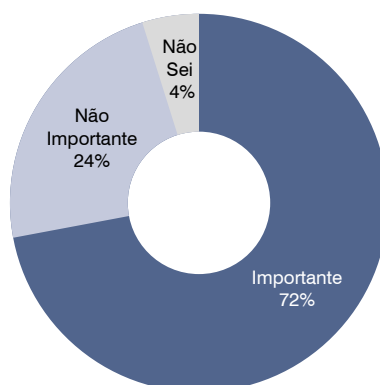
TABELA III.4.4 – IMPORTÂNCIA DO TEMA RISCOS DECLINÁVEIS – POR REGIÃO						
Riscos Declináveis	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito Importante	28%	25%	23%	27%	29%	31%
Importante	44%	40%	48%	40%	44%	44%
Razoável	16%	20%	16%	14%	17%	13%
Pouco Importante	8%	4%	8%	11%	7%	8%
Não Sei	4%	11%	4%	8%	4%	4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Importante+Mto Importante</b>	<b>72%</b>	<b>65%</b>	<b>71%</b>	<b>67%</b>	<b>72%</b>	<b>75%</b>

TABELA III.4.5 – IMPORTÂNCIA DO TEMA RISCOS DECLINÁVEIS – POR RENDA			
Faturamento	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	269	389	69%
De R\$ 61 a 120 mil	214	287	75%
De R\$ 121 a 180 mil	224	318	70%
De R\$ 181 a 240 mil	99	145	68%
De R\$ 241 a 450 mil	245	334	73%
De R\$ 451 a 720 mil	112	157	71%
De R\$ 721 a 1.400 mil	131	175	75%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	61	77	79%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	10	17	59%
Acima de R\$ 3.600 mil	34	45	76%
<b>Total</b>	<b>1.399</b>	<b>1.944</b>	<b>72%</b>

**TABELA III.4.6 – IMPORTÂNCIA DO TEMA RISCOS DECLINÁVEIS – POR PORTE**

Porte	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Menor	806	1.139	71%
Médio	488	666	73%
Maior	105	139	76%
<b>Total</b>	<b>1.399</b>	<b>1.944</b>	<b>72%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.9 – IMPORTÂNCIA DO TEMA “RISCOS DECLINÁVEIS” – BRASIL**

Na análise dos números, temos:

- Entre 70% e 75% das Corretoras de Seguros consideram esse tema importante ou muito importante.
- Esse comportamento se dá em todos os níveis de tamanho e de região do país.
- De qualquer maneira, as empresas de maior porte têm uma leve tendência a se preocupar mais com esse tema.

## C) VENDA DE PRODUTOS DE MICROSSEGURO

A pergunta seguinte se referiu ao interesse das Corretoras de Seguros em vender produtos de microsseguro. Os números estão a seguir.

TABELA III.4.7 – INTERESSE EM VENDER MICROSSEGURO – POR REGIÃO						
Microssseguro	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito Importante	13%	15%	14%	13%	14%	10%
Importante	28%	35%	32%	33%	27%	26%
Razoável	19%	16%	19%	17%	20%	19%
Pouco Importante	27%	24%	25%	24%	27%	30%
Não Sei	13%	11%	10%	13%	13%	15%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Importante+Mto Importante</b>	<b>41%</b>	<b>50%</b>	<b>46%</b>	<b>46%</b>	<b>40%</b>	<b>36%</b>

TABELA III.4.8 – INTERESSE EM VENDER MICROSSEGURO – POR RENDA			
Faturamento	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	185	389	48%
De R\$ 61 a 120 mil	112	287	39%
De R\$ 121 a 180 mil	136	318	43%
De R\$ 181 a 240 mil	63	145	43%
De R\$ 241 a 450 mil	121	334	36%
De R\$ 451 a 720 mil	53	157	34%
De R\$ 721 a 1.400 mil	79	175	45%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	24	77	31%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	9	17	53%
Acima de R\$ 3.600 mil	18	45	40%
<b>Total</b>	<b>800</b>	<b>1.944</b>	<b>41%</b>

TABELA III.4.9 – INTERESSE EM VENDER MICROSSEGURO – POR PORTE			
Porte	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Menor	496	1.139	44%
Médio	253	666	38%
Maior	51	139	37%
<b>Total</b>	<b>800</b>	<b>1.944</b>	<b>41%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).



### GRÁFICO III.10 – IMPORTÂNCIA DO TEMA “MICROSSEGURO” – BRASIL



Assim:

- Em média, 41% das Corretoras têm interesse em vender microseguro, contra 46% que não têm. Ou seja, uma situação bem dividida.
- Em geral, as Corretoras que têm mais interesse são as de menor porte.
- Registramos também um grande número de respostas de empresas que não têm uma posição formada sobre o assunto (talvez pelo fato de o tema ser ainda relativamente uma novidade).

#### D) DISTRIBUIÇÃO DE SEGUROS EM BANCOS

Tradicionalmente, a distribuição de seguros em bancos sempre foi um tema que chamou a atenção das Corretoras de Seguros. A seguir, os números obtidos.

TABELA III.4.10 – VENDA DE SEGUROS EM BANCOS – POR REGIÃO

Bancos	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito Importante	29%	21%	22%	27%	30%	32%
Importante	24%	24%	26%	23%	24%	23%
Razoável	13%	13%	12%	18%	14%	10%
Pouco Importante	30%	36%	37%	26%	27%	31%
Não Sei	4%	5%	3%	7%	5%	3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Importante+Mto Importante</b>	<b>53%</b>	<b>45%</b>	<b>48%</b>	<b>50%</b>	<b>55%</b>	<b>56%</b>

**TABELA III.4.11 – VENDA DE SEGUROS EM BANCOS – POR RENDA**

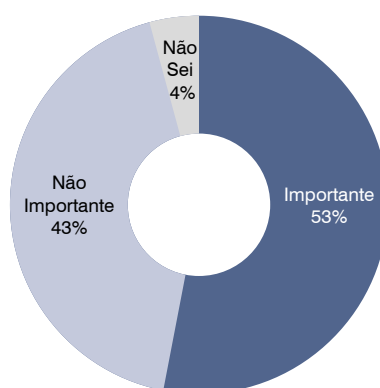
Faturamento	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	197	389	51%
De R\$ 61 a 120 mil	147	287	51%
De R\$ 121 a 180 mil	172	318	54%
De R\$ 181 a 240 mil	78	145	54%
De R\$ 241 a 450 mil	178	334	53%
De R\$ 451 a 720 mil	79	157	50%
De R\$ 721 a 1.400 mil	103	175	59%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	42	77	55%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	9	17	53%
Acima de R\$ 3.600 mil	24	45	53%
<b>Total</b>	<b>1.029</b>	<b>1.944</b>	<b>53%</b>

**TABELA III.4.12 – VENDA DE SEGUROS EM BANCOS – POR PORTE**

Porte	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Menor	594	1.139	52%
Médio	360	666	54%
Maior	75	139	54%
<b>Total</b>	<b>1.029</b>	<b>1.944</b>	<b>53%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.11 – IMPORTÂNCIA DA VENDA DE SEGUROS EM BANCOS**



Na análise dos dados, temos:

- Na média, 53% das Corretoras consideram esse tema importante, contra 43% que têm opinião contrária.
- Essa preocupação é distribuída uniformemente em relação ao porte das empresas.
- Em termos geográficos, o assunto preocupa um pouco mais as regiões Sul e Sudeste do país.

## E) VENDA DE SEGUROS EM CONCESSIONÁRIAS

Essa pergunta verifica a importância que as Corretoras dão para a venda de seguros em concessionárias. Os resultados vêm a seguir.

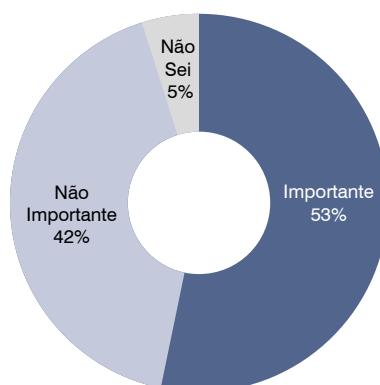
TABELA III.4.13 – VENDA DE SEGUROS EM CONCESSIONÁRIAS – POR REGIÃO						
Concessionárias	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito Importante	27%	25%	20%	19%	28%	31%
Importante	27%	24%	30%	29%	27%	23%
Razoável	14%	17%	16%	19%	13%	12%
Pouco Importante	28%	29%	29%	27%	27%	31%
Não Sei	5%	5%	4%	6%	5%	4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Importante+Mto Importante</b>	<b>53%</b>	<b>49%</b>	<b>51%</b>	<b>48%</b>	<b>56%</b>	<b>54%</b>

TABELA III.4.14 – VENDA DE SEGUROS EM CONCESSIONÁRIAS – POR RENDA			
Faturamento	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	207	389	53%
De R\$ 61 a 120 mil	139	287	48%
De R\$ 121 a 180 mil	166	318	52%
De R\$ 181 a 240 mil	78	145	54%
De R\$ 241 a 450 mil	182	334	54%
De R\$ 451 a 720 mil	86	157	55%
De R\$ 721 a 1.400 mil	102	175	58%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	43	77	56%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	9	17	53%
Acima de R\$ 3.600 mil	25	45	56%
<b>Total</b>	<b>1.037</b>	<b>1.944</b>	<b>53%</b>

**TABELA III.4.15 – VENDA DE SEGUROS EM CONCESSIONÁRIAS – POR PORTE**

Porte	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Menor	590	1.139	52%
Médio	370	666	56%
Maior	77	139	55%
<b>Total</b>	<b>1.037</b>	<b>1.944</b>	<b>53%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.12 – IMPORTÂNCIA DA VENDA DE SEGUROS EM CONCESSIONÁRIAS**

A partir dos números obtidos, temos:

- Em média, 53% das Corretoras de Seguros acham esse tema importante.
- Corretoras de menor porte têm um pouco menos de interesse no assunto, embora o comportamento seja, de um modo geral, uniforme.
- Em termos geográficos, a uniformidade permanece.

## F) VENDA DE SEGUROS EM IMOBILIÁRIAS

Essa pergunta remete à importância que as Corretoras dão para a venda de seguros em imobiliárias. Abaixo, os resultados.

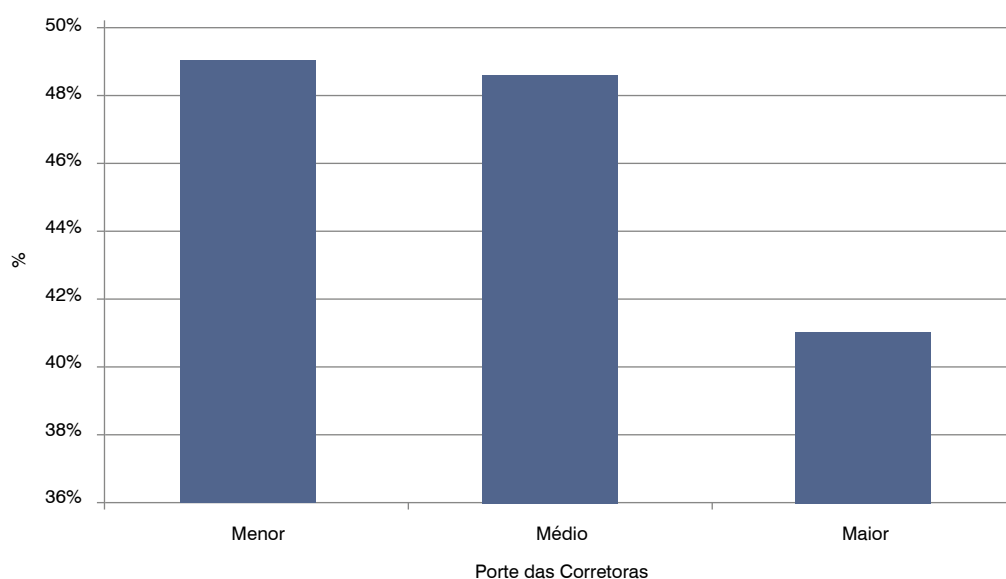
TABELA III.4.16 – VENDA DE SEGUROS EM IMOBILIÁRIAS – POR REGIÃO						
Imobiliárias	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito Importante	22%	21%	17%	16%	24%	23%
Importante	26%	27%	28%	24%	27%	25%
Razoável	16%	16%	17%	18%	17%	14%
Pouco Importante	29%	31%	30%	34%	26%	33%
Não Sei	6%	5%	9%	7%	5%	6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Importante+Mto Importante</b>	<b>48%</b>	<b>48%</b>	<b>44%</b>	<b>41%</b>	<b>51%</b>	<b>48%</b>

TABELA III.4.17 – VENDA DE SEGUROS EM IMOBILIÁRIAS – POR RENDA			
Faturamento	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	204	389	52%
De R\$ 61 a 120 mil	130	287	45%
De R\$ 121 a 180 mil	155	318	49%
De R\$ 181 a 240 mil	68	145	47%
De R\$ 241 a 450 mil	161	334	48%
De R\$ 451 a 720 mil	80	157	51%
De R\$ 721 a 1.400 mil	82	175	47%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	33	77	43%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	7	17	41%
Acima de R\$ 3.600 mil	17	45	38%
<b>Total</b>	<b>937</b>	<b>1.944</b>	<b>48%</b>

TABELA III.4.18 – VENDA DE SEGUROS EM IMOBILIÁRIAS – POR PORTE			
Porte	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Menor	557	1.139	49%
Médio	323	666	48%
Maior	57	139	41%
<b>Total</b>	<b>937</b>	<b>1.944</b>	<b>48%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

### GRÁFICO III.13 – IMPORTÂNCIA DA VENDA DE SEGUROS EM IMOBILIÁRIAS – BRASIL



A partir dos dados, temos:

- Em média, 48% das Corretoras se preocupam com esse assunto.
- Nas empresas maiores (41% se preocupam), esse tema é um pouco menos relevante.
- O tema também preocupa um pouco mais as Corretoras do Sul e Sudeste do país.

### G) VENDA DE SEGUROS ON-LINE

Essa pergunta verifica a importância que as Corretoras dão para a venda de seguros on-line. Abaixo, os resultados.

Vendas On-line	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito Importante	32%	28%	27%	36%	34%	30%
Importante	32%	31%	34%	30%	32%	32%
Razoável	14%	18%	13%	14%	14%	15%
Pouco Importante	18%	20%	22%	18%	16%	19%
Não Sei	4%	3%	4%	2%	4%	4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Importante+ Mto Importante</b>	<b>64%</b>	<b>59%</b>	<b>61%</b>	<b>66%</b>	<b>67%</b>	<b>62%</b>

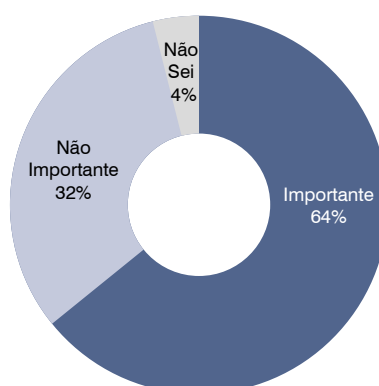
**TABELA III.4.20 – VENDA DE SEGUROS ON-LINE – POR RENDA**

Faturamento	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	246	389	63%
De R\$ 61 a 120 mil	177	287	62%
De R\$ 121 a 180 mil	206	318	65%
De R\$ 181 a 240 mil	88	145	61%
De R\$ 241 a 450 mil	222	334	66%
De R\$ 451 a 720 mil	106	157	68%
De R\$ 721 a 1.400 mil	116	175	66%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	53	77	69%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	8	17	47%
Acima de R\$ 3.600 mil	27	45	60%
<b>Total</b>	<b>1.249</b>	<b>1.944</b>	<b>64%</b>

**TABELA III.4.21 – VENDA DE SEGUROS ON-LINE – POR PORTE**

Porte	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Menor	717	1.139	63%
Médio	444	666	67%
Maior	88	139	63%
<b>Total</b>	<b>1.249</b>	<b>1.944</b>	<b>64%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.14 – IMPORTÂNCIA DA VENDA DE SEGUROS ON-LINE**

A partir dos dados obtidos:

- Em média, 64% das Corretoras de Seguros acham que a venda de seguros on-line é um tema relevante.
- Embora essa preocupação seja bem homogênea, as Corretoras de médio porte manifestam um pouco mais de interesse no assunto.
- Essa preocupação ocorre em todas as regiões do país.

## H) VENDA DE SEGUROS EM SUPERMERCADO

Esse questionamento é sobre a importância que as Corretoras dão para a venda de seguros em supermercado.

TABELA III.4.22 – VENDA DE SEGUROS EM SUPERMERCADO – POR REGIÃO						
Supermercado	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito Importante	21%	18%	16%	13%	25%	20%
Importante	18%	21%	19%	18%	18%	17%
Razoável	12%	16%	13%	12%	13%	9%
Pouco Importante	41%	39%	44%	48%	37%	44%
Não Sei	8%	7%	8%	8%	8%	9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Importante+Mto Importante</b>	<b>39%</b>	<b>39%</b>	<b>35%</b>	<b>32%</b>	<b>42%</b>	<b>37%</b>

TABELA III.4.23 – VENDA DE SEGUROS EM SUPERMERCADO – POR RENDA			
Faturamento	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	154	389	40%
De R\$ 61 a 120 mil	102	287	36%
De R\$ 121 a 180 mil	127	318	40%
De R\$ 181 a 240 mil	58	145	40%
De R\$ 241 a 450 mil	133	334	40%
De R\$ 451 a 720 mil	64	157	41%
De R\$ 721 a 1.400 mil	74	175	42%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	26	77	34%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	7	17	41%
Acima de R\$ 3.600 mil	11	45	24%
<b>Total</b>	<b>756</b>	<b>1.944</b>	<b>39%</b>

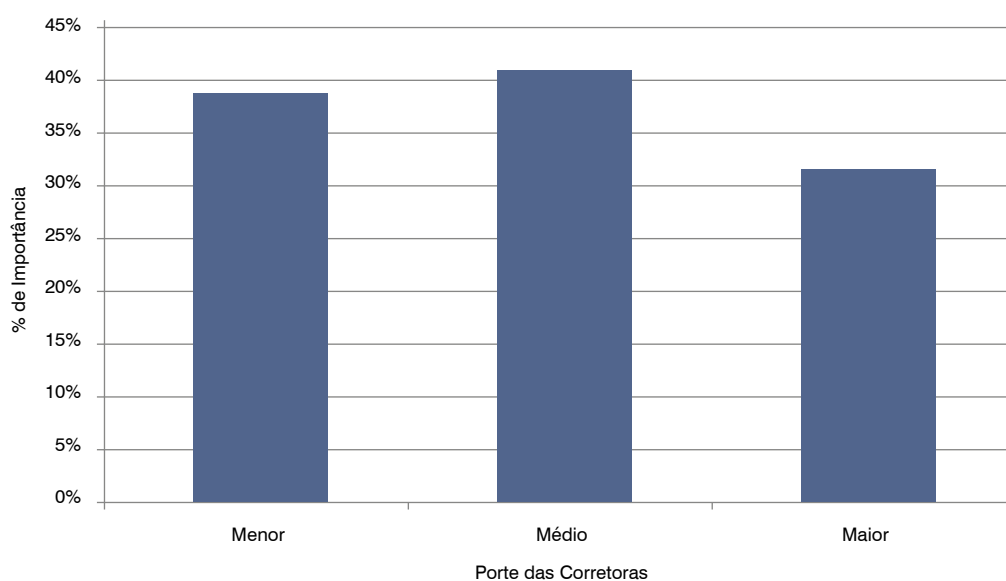


**TABELA III.4.24 – VENDA DE SEGUROS EM SUPERMERCADO – POR PORTE**

Porte	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Menor	441	1.139	39%
Médio	271	666	41%
Maior	44	139	32%
<b>Total</b>	<b>756</b>	<b>1.944</b>	<b>39%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.15 – IMPORTÂNCIA DA VENDA DE SEGUROS EM SUPERMERCADOS**



Na análise dos dados, temos:

- Na análise dos dados, 39% das Corretoras acham esse assunto relevante.
- O comportamento, porém, não é uniforme. Apenas 32% das Corretoras de maior porte consideram esse tema importante. Já nas empresas médias, o assunto é relevante para 41% das companhias.
- Em termos geográficos, 25% das Corretoras do Sudeste e 16% das Corretoras do Nordeste consideram esse tema muito importante.

## I) VENDA DE SEGUROS COM PREÇO DIFERENCIADO

Essa pergunta examina a importância que as Corretoras dão para a existência de preços diferenciados de seguros para os corretores.

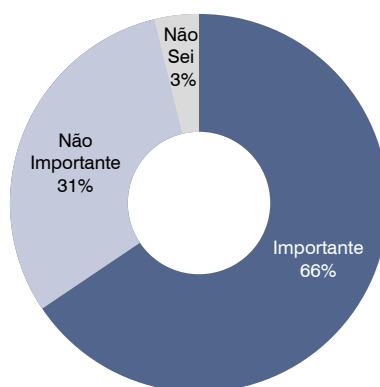
TABELA III.4.25 – VENDA DE SEGUROS COM PREÇO DIFERENCIADO – POR REGIÃO						
Preço Diferenciado	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito Importante	36%	30%	29%	33%	42%	31%
Importante	30%	31%	33%	29%	27%	32%
Razoável	13%	10%	14%	14%	13%	14%
Pouco Importante	18%	24%	20%	20%	15%	20%
Não Sei	3%	5%	4%	4%	3%	3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Importante+Mto Importante</b>	<b>66%</b>	<b>61%</b>	<b>63%</b>	<b>62%</b>	<b>69%</b>	<b>63%</b>

TABELA III.4.26 – VENDA DE SEGUROS COM PREÇO DIFERENCIADO – POR RENDA			
Faturamento	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	244	389	63%
De R\$ 61 a 120 mil	187	287	65%
De R\$ 121 a 180 mil	213	318	67%
De R\$ 181 a 240 mil	98	145	68%
De R\$ 241 a 450 mil	221	334	66%
De R\$ 451 a 720 mil	104	157	66%
De R\$ 721 a 1.400 mil	117	175	67%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	50	77	65%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	11	17	65%
Acima de R\$ 3.600 mil	30	45	67%
<b>Total</b>	<b>1.275</b>	<b>1.944</b>	<b>66%</b>

TABELA III.4.27 – VENDA DE SEGUROS COM PREÇO DIFERENCIADO – POR PORTE			
Porte	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Menor	742	1.139	65%
Médio	442	666	66%
Maior	91	139	65%
<b>Total</b>	<b>1.275</b>	<b>1.944</b>	<b>66%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

### GRÁFICO III.16 – IMPORTÂNCIA DA DISCUSSÃO SOBRE PREÇO DIFERENCIADO



Na análise dos dados, temos:

- No total, 66% das Corretoras acham importante discutir o tema preço diferenciado.
- Esse comportamento independe do porte da companhia e da região, mas, de um modo geral, na região Sudeste esse tema é mais relevante.

#### J) EXISTÊNCIA DOS PRODUTOS DE PROTEÇÃO VEICULAR

A última pergunta desse tópico consiste em avaliar a importância para a Corretora da existência dos produtos de proteção veicular. A seguir, as informações.

**TABELA III.4.28 – EXISTÊNCIA DE PRODUTOS DE PROTEÇÃO VEICULAR – POR REGIÃO**

Proteção Veicular	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito Importante	40%	32%	34%	33%	45%	38%
Importante	16%	14%	15%	16%	17%	16%
Razoável	7%	7%	6%	9%	7%	6%
Pouco Importante	27%	34%	32%	29%	22%	30%
Não Sei	10%	13%	13%	12%	9%	9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Importante+Mto Importante</b>	<b>56%</b>	<b>46%</b>	<b>49%</b>	<b>49%</b>	<b>62%</b>	<b>54%</b>

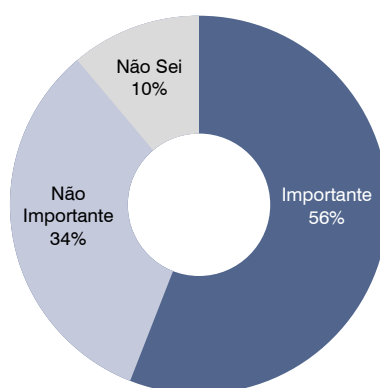
**TABELA III.4.29 – EXISTÊNCIA DE PRODUTOS DE PROTEÇÃO VEICULAR – POR RENDA**

Faturamento	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	191	389	49%
De R\$ 61 a 120 mil	156	287	54%
De R\$ 121 a 180 mil	169	318	53%
De R\$ 181 a 240 mil	83	145	57%
De R\$ 241 a 450 mil	199	334	60%
De R\$ 451 a 720 mil	92	157	59%
De R\$ 721 a 1.400 mil	113	175	65%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	47	77	61%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	11	17	65%
Acima de R\$ 3.600 mil	27	45	60%
<b>Total</b>	<b>1.088</b>	<b>1.944</b>	<b>56%</b>

**TABELA III.4.30 – EXISTÊNCIA DE PRODUTOS DE PROTEÇÃO VEICULAR – POR PORTE**

Porte	Importante/Muito Importante	Quantidade	%
Menor	599	1.139	53%
Médio	404	666	61%
Maior	85	139	61%
<b>Total</b>	<b>1.088</b>	<b>1.944</b>	<b>56%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.17 – IMPORTÂNCIA DA CONCORRÊNCIA DA PROTEÇÃO VEICULAR**

Em relação aos números obtidos, temos:

- Em média, 56% das Corretoras acham esse assunto importante.
- Na região Sudeste, a preocupação é maior, sobretudo nas empresas de maior porte.

## K) RESUMO DOS RESULTADOS

A seguir, apresentamos tabelas com um resumo dos resultados, indicando as maiores preocupações das Corretoras de Seguros, em função das regiões e porte. Nas tabelas, consideram-se os percentuais de respostas importantes e muito importantes.

<b>TABELA III.4.31 – RESUMO DOS RESULTADOS – MAIORES PREOCUPAÇÕES – POR REGIÃO</b>		
<b>Maiores preocupações</b>		
<b>BRASIL</b>	<b>NORTE</b>	<b>NORDESTE</b>
• Riscos Declináveis	• Riscos Declináveis	• Riscos Declináveis
• Preço Diferenciado	• Preço Diferenciado	• Preço Diferenciado
• Vendas On-Line	• Vendas On-Line	• Vendas On-Line
• Proteção Veicular	• Microseguro	• Concessionárias
• Concessionárias/Bancos	• Concessionárias/Imobiliárias	• Proteção Veicular/Bancos
<b>CENTRO-OESTE</b>	<b>SUDESTE</b>	<b>SUL</b>
• Riscos Declináveis	• Riscos Declináveis	• Riscos Declináveis
• Vendas On-Line	• Preço Diferenciado	• Preço Diferenciado
• Preço Diferenciado	• Vendas On-Line	• Vendas On-Line
• Bancos	• Proteção Veicular	• Bancos
• Proteção Veicular/ Concessionárias	• Concessionárias/Bancos	• Concessionárias/ Proteção Veicular

<b>TABELA III.4.32 – RESUMO DOS RESULTADOS – MAIORES PREOCUPAÇÕES – POR PORTE</b>		
<b>Maiores Preocupações</b>		
<b>MENOR</b>	<b>MÉDIO</b>	<b>MAIOR</b>
• Riscos Declináveis	• Riscos Declináveis	• Riscos Declináveis
• Preço Diferenciado	• Vendas On-Line	• Preço Diferenciado
• Vendas On-Line	• Preço Diferenciado	• Vendas On-Line
• Proteção Veicular	• Proteção Veicular	• Proteção Veicular
• Concessionárias/Bancos	• Concessionárias/Bancos	• Concessionárias/Bancos

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

Em seguida, as respostas com o maior volume de “Não sei”, dentre todos os tópicos anteriores.

TABELA III.4.33 – MAIOR VOLUME DE “NÃO SEI”	
Tópico	Não Sei
Microseguro	13%
Proteção Veicular	10%
Supermercado	8%
Venda de Outros Produtos	6%
Imobiliárias	6%
Concessionárias	5%
Vendas On-Line	4%
Riscos Declináveis	4%
Bancos	4%
Preço Diferenciado	3%

Em relação a esse resumo, destacamos:

- O tema importante para as Corretoras de Seguros é o assunto “riscos declináveis”, tanto em termos geográficos como de porte.
- Em seguida, com pequena exceção, “preços diferenciados”. Nas Corretoras de renda média, vendas on-line ganham um pouco mais importância.
- Na terceira colocação de importância estão as vendas de seguros on-line.
- A partir daí, as preferências ficam mais heterogêneas. As Corretoras de renda maior colocam a proteção veicular e as vendas em concessionárias nas quarta e quinta posições. Já para as Corretoras de renda menor, os fatos mais importantes são a proteção veicular e a venda em bancos/concessionárias.
- Com relação à análise das regiões, a proteção veicular tem destaque na região Sudeste. Nas outras regiões, essa situação é menos citada. Por exemplo, na região Norte, esse assunto não é mencionado nem entre os cinco mais importantes.
- Um último tópico interessante foi a mensuração do percentual de respostas em que a Corretora ainda não tinha uma posição sobre o assunto. Os dois temas mais citados nessa circunstância foram o microseguro e a proteção veicular. Possivelmente, essa escolha deriva do fato de que esses assuntos ainda são relativamente recentes no setor, e a avaliação ainda não está muito precisa.

## III.5) Necessidade das Corretoras – Condição Tecnológica

Nesse item foram discutidos alguns aspectos das condições tecnológicas da Corretora de Seguros.

Abaixo, essa situação é representada, em cinco opções possíveis.

**Pergunta:** Em termos tecnológicos, favor responder abaixo sobre a situação da sua Corretora:

(1) Sim; (2) Não.

- Você digitaliza os seus documentos, mesmo parcialmente?
- Você tem um programa de multicálculo?
- A sua Corretora já participa profissionalmente do Twitter?
- A sua Corretora já participa profissionalmente do Facebook?
- A sua Corretora já faz vendas de seguros “on-line”?

### A) DIGITALIZA OS DOCUMENTOS?

A primeira pergunta desse tópico de avaliação tecnológica consiste em verificar se as Corretoras já digitalizam os seus documentos, mesmo de forma parcial.

Abaixo, os resultados.

Regiões	Digitaliza os Documentos?	Respostas	% Sim
Norte	97	121	80%
Nordeste	236	279	85%
Centro-Oeste	150	180	83%
Sudeste	769	898	86%
Sul	394	466	85%
Total	1.646	1.944	85%

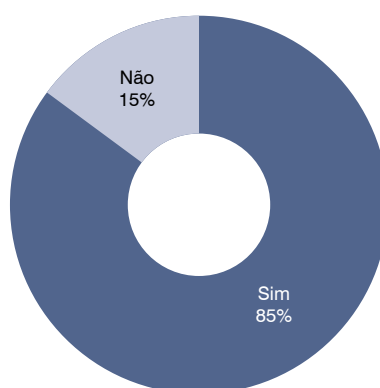
**TABELA III.5.2 – DIGITALIZA OS DOCUMENTOS? – POR RENDA**

Faturamento	Sim	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	334	389	86%
De R\$ 61 a 120 mil	236	287	82%
De R\$ 121 a 180 mil	266	318	84%
De R\$ 181 a 240 mil	121	145	83%
De R\$ 241 a 450 mil	279	334	84%
De R\$ 451 a 720 mil	132	157	84%
De R\$ 721 a 1.400 mil	155	175	89%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	67	77	87%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	14	17	82%
Acima de R\$ 3.600 mil	42	45	93%
<b>Total</b>	<b>1.646</b>	<b>1.944</b>	<b>85%</b>

**TABELA III.5.3 – DIGITALIZA OS DOCUMENTOS? – POR PORTE**

Porte	Sim	Quantidade	%
Menor	957	1.139	84%
Médio	566	666	85%
Maior	123	139	88%
<b>Total</b>	<b>1.646</b>	<b>1.944</b>	<b>85%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.18 – DIGITALIZA OS DOCUMENTOS? – BRASIL**



Na análise dos dados, temos:

- Uma parte elevada das Corretoras (em média, 85% das respostas) já digitaliza os seus documentos (mesmo de forma parcial).
- Embora as Corretoras maiores tenham um percentual de participação maior, essa prática já está relativamente bem distribuída.

## B) TEM UM PROGRAMA DE MULTICÁLCULO?

A pergunta seguinte se refere ao fato de a Corretora possuir (ou não) um programa de multicálculo. Os resultados estão a seguir.

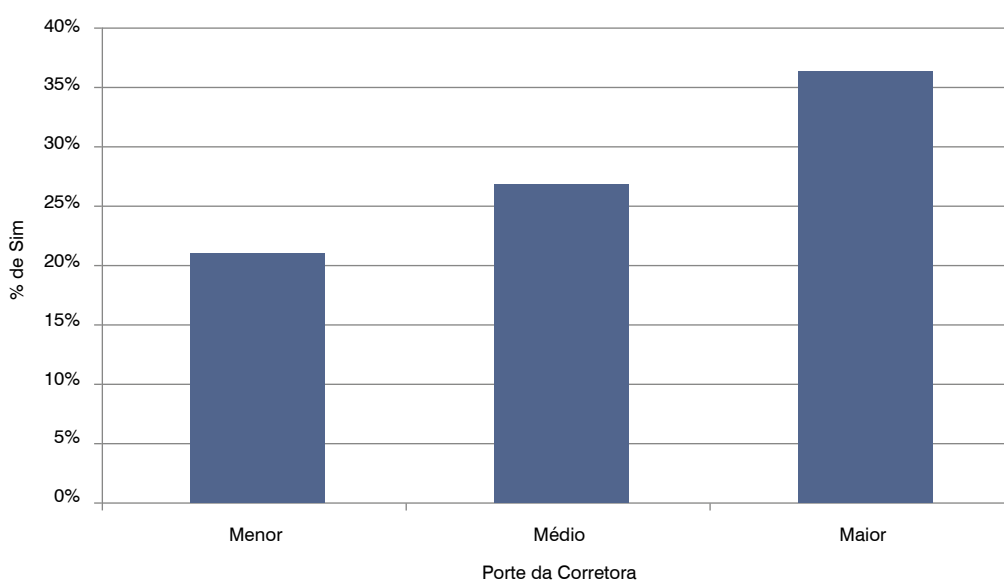
TABELA III.5.4 – POSSUI PROGRAMA DE MULTICÁLCULO? – POR REGIÃO			
Regiões	Programa de Multicálculo?	Respostas	% Sim
Norte	28	121	23%
Nordeste	70	279	25%
Centro-Oeste	43	180	24%
Sudeste	211	898	23%
Sul	120	466	26%
<b>Total</b>	<b>472</b>	<b>1.944</b>	<b>24%</b>

TABELA III.5.5 – POSSUI PROGRAMA DE MULTICÁLCULO? – POR RENDA			
Faturamento	Sim	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	84	389	22%
De R\$ 61 a 120 mil	65	287	23%
De R\$ 121 a 180 mil	61	318	19%
De R\$ 181 a 240 mil	30	145	21%
De R\$ 241 a 450 mil	76	334	23%
De R\$ 451 a 720 mil	46	157	29%
De R\$ 721 a 1.400 mil	59	175	34%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	23	77	30%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	8	17	47%
Acima de R\$ 3.600 mil	20	45	44%
<b>Total</b>	<b>472</b>	<b>1.944</b>	<b>24%</b>

**TABELA III.5.6 – POSSUI PROGRAMA DE MULTICÁLCULO? – POR PORTE**

Porte	Sim	Quantidade	%
Menor	240	1.139	21%
Médio	181	666	27%
Maior	51	139	37%
<b>Total</b>	<b>472</b>	<b>1.944</b>	<b>24%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.19 – TEM PROGRAMA DE MULTICÁLCULO? – BRASIL**

Na análise dos números, temos:

- Na média, 24% das Corretoras já têm o programa de multicálculo, com homogeneidade em termos geográficos.
- Esse comportamento, entretanto, é bem heterogêneo em termos de tamanho. Para as Corretoras de maior faixa de faturamento, o valor chega a ser quase o dobro do percentual que têm as empresas de menor faturamento (ou seja, 37% para 21%).

### C) POSSUI TWITTER?

A pergunta seguinte se refere ao fato de a Corretora utilizar (ou não) a rede social conhecida como Twitter. Os resultados estão a seguir.

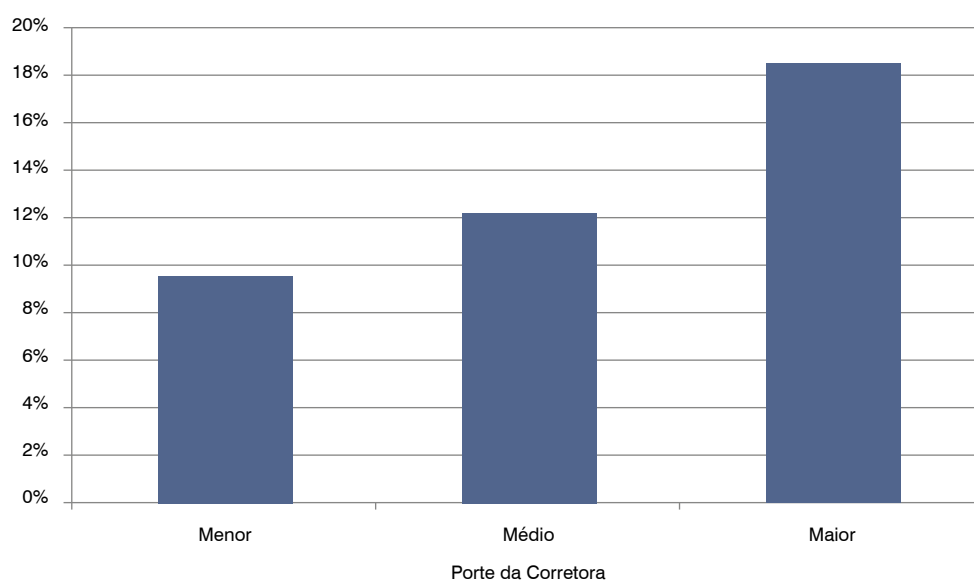
TABELA III.5.7 – POSSUI TWITTER? – POR REGIÃO			
Regiões	Twitter?	Respostas	% Sim
Norte	15	121	12%
Nordeste	40	279	14%
Centro-Oeste	15	180	8%
Sudeste	114	898	13%
Sul	35	466	8%
<b>Total</b>	<b>219</b>	<b>1.944</b>	<b>11%</b>

TABELA III.5.8 – POSSUI TWITTER? – POR RENDA			
Faturamento	Sim	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	31	389	8%
De R\$ 61 a 120 mil	30	287	10%
De R\$ 121 a 180 mil	31	318	10%
De R\$ 181 a 240 mil	18	145	12%
De R\$ 241 a 450 mil	36	334	11%
De R\$ 451 a 720 mil	24	157	15%
De R\$ 721 a 1.400 mil	23	175	13%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	11	77	14%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	2	17	12%
Acima de R\$ 3.600 mil	13	45	29%
<b>Total</b>	<b>219</b>	<b>1.944</b>	<b>11%</b>

TABELA III.5.9 – POSSUI TWITTER? – POR PORTE			
Porte	Sim	Quantidade	%
Menor	110	1.139	10%
Médio	83	666	12%
Maior	26	139	19%
<b>Total</b>	<b>219</b>	<b>1.944</b>	<b>11%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

### GRÁFICO III.20 – TEM TWITTER? – BRASIL



Na análise dos resultados foi possível perceber:

- Em média, 11% das Corretoras têm Twitter.
- O comportamento, porém, não é uniforme: 19% de adesão para as de maior porte, 10% para as de menor porte.

#### D) POSSUI FACEBOOK?

Ainda avaliando a presença das Corretoras nas redes sociais, a pergunta seguinte se refere à utilização (ou não) do programa conhecido como Facebook por elas. Os resultados estão a seguir.

TABELA III.5.10 – POSSUI FACEBOOK? – POR REGIÃO

Estados	Facebook?	Respostas	% Sim
Norte	60	121	50%
Nordeste	112	279	40%
Centro-Oeste	69	180	38%
Sudeste	400	898	45%
Sul	199	466	43%
<b>Total</b>	<b>840</b>	<b>1.944</b>	<b>43%</b>

**TABELA III.5.11 – POSSUI FACEBOOK? – POR RENDA**

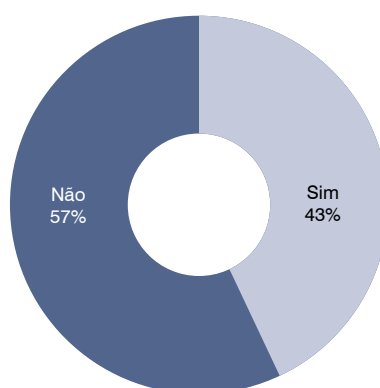
Faturamento	Sim	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	178	389	46%
De R\$ 61 a 120 mil	117	287	41%
De R\$ 121 a 180 mil	140	318	44%
De R\$ 181 a 240 mil	54	145	37%
De R\$ 241 a 450 mil	151	334	45%
De R\$ 451 a 720 mil	68	157	43%
De R\$ 721 a 1.400 mil	66	175	38%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	32	77	42%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	9	17	53%
Acima de R\$ 3.600 mil	25	45	56%
<b>Total</b>	<b>840</b>	<b>1.944</b>	<b>43%</b>

**TABELA III.5.12 – POSSUI FACEBOOK? – POR PORTE**

Porte	Sim	Quantidade	%
Menor	489	1.139	43%
Médio	285	666	43%
Maior	66	139	47%
<b>Total</b>	<b>840</b>	<b>1.944</b>	<b>43%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.21 – TEM FACEBOOK? – BRASIL**



A partir dos números obtidos, temos:

- Em média, 43% das Corretoras já utilizam esse mecanismo, percentual acima frente ao caso anterior.
- Essa utilização é mais homogênea, atingindo as Corretoras de diversos portes.

## E) FAZ VENDA DE SEGUROS ON-LINE?

A última pergunta desse tópico se refere ao fato de a Corretora fazer a venda de seguros on-line. Os resultados estão a seguir.

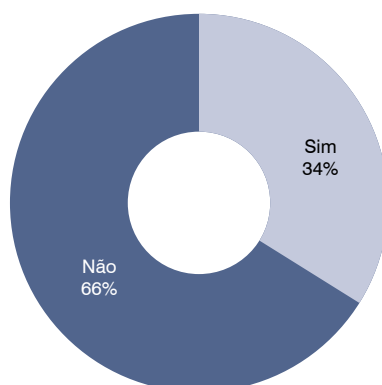
TABELA III.5.13 – FAZ VENDA DE SEGUROS ON-LINE? – POR REGIÃO			
Estados	Vendas On-line?	Respostas	% Sim
Norte	46	121	38%
Nordeste	106	279	38%
Centro-Oeste	54	180	30%
Sudeste	326	898	36%
Sul	132	466	28%
<b>Total</b>	<b>664</b>	<b>1.944</b>	<b>34%</b>

TABELA III.5.14 – FAZ VENDA DE SEGUROS ON-LINE? – POR RENDA			
Faturamento	Sim	Quantidade	%
Até R\$ 60 mil	111	389	29%
De R\$ 61 a 120 mil	96	287	33%
De R\$ 121 a 180 mil	115	318	36%
De R\$ 181 a 240 mil	46	145	32%
De R\$ 241 a 450 mil	131	334	39%
De R\$ 451 a 720 mil	55	157	35%
De R\$ 721 a 1.400 mil	65	175	37%
De R\$ 1.401 a 2.400 mil	23	77	30%
De R\$ 2.401 a 3.600 mil	6	17	35%
Acima de R\$ 3.600 mil	16	45	36%
<b>Total</b>	<b>664</b>	<b>1.944</b>	<b>34%</b>

**TABELA III.5.15 – FAZ VENDA DE SEGUROS ON-LINE? – POR PORTE**

Porte	Sim	Quantidade	%
Menor	368	1.139	32%
Médio	251	666	38%
Maior	45	139	32%
<b>Total</b>	<b>664</b>	<b>1.944</b>	<b>34%</b>

Limites de Receita Anual: Menor (< R\$ 240 mil), Médio (entre R\$ 240 mil e R\$ 1.400 mil), Maior (> R\$ 1.400 mil).

**GRÁFICO III.22 – FAZ VENDA ON-LINE?**

Na análise dos dados, constatamos:

- Em média, 34% das Corretoras entrevistadas já utilizam, de alguma, o mecanismo de venda de seguros on-line.
- Esse comportamento é relativamente homogêneo.







## IV) CONCLUSÕES PRINCIPAIS

O tópico principal deste estudo foi uma pesquisa realizada com as empresas Corretoras de Seguros. Nesse sentido, as conclusões serão centralizadas nesse tópico. Abaixo, os comentários que se destacam:

- A amostra foi de quase dois mil Corretoras, o que consideramos estatisticamente consistente.
- Em média, no país, de 60% a 70% da receita da carteira das Corretoras pertencem a corretores pessoas físicas.
- Em média, a carteira de automóvel é a maior das Corretoras de Seguros. Em termos aproximados, varia de 45% a 60% da receita dessas empresas, com um valor médio de 56%. De um modo geral, em Corretoras menores, a participação desse ramo é um pouco maior. Ou seja, podemos dizer que, podemos dizer que tal crescimento se dá por influência da diversificação. Em seguida, em segundo lugar estão os seguros de ramos elementares (RE), com aproximadamente 15% da receita, e o seguro de vida, um pouco abaixo.
- Atualmente, 58% das Corretoras renovam anualmente mais do que 90% da sua carteira, e 24% renovam de 81% a 90% da carteira. Ou seja, mais de 80% dessas empresas renovam, no mínimo, 80% da sua carteira anualmente.
- Uma Corretora padrão tem quatro funcionários (incluindo o corretor) e, geralmente, um familiar trabalhando nela. Na maioria das Corretoras só há um corretor habilitado trabalhando.
- A grande maioria das Corretoras tem uma receita de R\$ 150 mil/ano. Aproximadamente 50% das empresas faturam até R\$ 180 mil/ano. Entretanto, pela presença de Corretoras maiores em determinadas regiões do país, a média acaba subindo. Por exemplo, nas regiões Sudeste e Sul, a receita média é de, aproximadamente, R\$ 500 mil/ano. Na região Sudeste estão 8% das empresas que faturam mais de R\$ 1.400 mil/ano, contra 1% na região Norte.
- De um modo geral, de 75% a 80% das Corretoras trabalham com até cinco seguradoras.
- A liquidação e o relacionamento são os fatos que mais preocupam todas as Corretoras, independente do tamanho.
- Em média, de 25% a 30% das Corretoras têm também outro negócio, além de corretagem de seguros.

- Os três temas mais importantes para as Corretoras de Seguros são, nesta ordem: riscos declináveis, preços diferenciados e vendas on-line. Nas Corretoras de renda média, vendas on-line ganham um pouco mais importância. A partir daí, as preferências ficam mais heterogêneas. As Corretoras de renda maior colocam a proteção veicular e as vendas em concessionárias nas quarta e quinta posições. Já para as Corretoras de renda menor, os fatos mais relevantes são a proteção veicular e a venda em bancos. Com relação à análise das regiões, a proteção veicular tem destaque na região Sudeste. Nas outras regiões, essa situação é menos citada.
- Uma parte elevada das Corretoras (em média, 85% das respostas) já digitaliza os seus documentos (mesmo de forma parcial).
- Na média, 24% das Corretoras já têm o programa de multicálculo. Entretanto, esse comportamento é bem heterogêneo. Para as Corretoras de maior faixa de faturamento, o valor chega a ser praticamente o dobro do percentual das empresas de menor faturamento.
- 11% das Corretoras têm Twitter (mas Corretoras maiores usam muito mais). 43% das Corretoras já utilizam o Facebook.
- Em média, 34% das Corretoras entrevistadas já utilizam, de alguma maneira, o mecanismo de vendas de seguro on-line.

Para a Fenacor, este estudo teve por objetivo delinear o perfil socioeconômico das Corretoras de Seguros – Pessoa Jurídica no âmbito nacional, o que é uma informação importante para todo o segmento de seguros (e fora dele, com os setores relacionados).

Além disso, este trabalho oferece informações para mostrar a importância desse segmento na economia, sendo a classe dos corretores uma das que mais contribui para a geração da riqueza nacional e de empregos.

Como exemplo, uma conta que pode ser feita a partir deste estudo é a avaliação do volume de empregos gerados por essa categoria. Assim, temos:

- Em média, conforme este estudo, há quatro pessoas trabalhando em uma empresa Corretora.
- Aproximadamente, existem 27 mil empresas Corretoras de Seguros e 53 mil corretores pessoas físicas no país.
- Assim, evitando dupla contagem (já que os corretores que possuem empresas aparecem nas duas listas) e porque, na maioria dos casos, a empresa Corretora só tem um corretor registrado (também conforme informação obtida deste estudo), calculamos:
- Mão de obra =  $27 \text{ mil} \times 4 + (53 \text{ mil} - 27 \text{ mil}) = 134 \text{ mil}$  trabalhadores.

Ou seja, a distribuição de seguros no Brasil gera, no mínimo, 130 mil empregos diretos.

Nesse sentido, por existir um mercado com esse porte, este trabalho oferece subsídios técnicos importantes para questões de grande interesse dos corretores de seguros, como os novos estudos para a proposta de redução da carga tributária e a inclusão no SIMPLES.



## V) ANEXO: PESQUISA ENVIADA

### Pesquisa (ESECS-PJ) Brasil, 2013

#### A) DESCRIÇÃO DA CORRETORA

- 1) Confirmação do e-mail (para envio dos resultados): \_\_\_\_\_
- 2) Identificação da Corretora (CNPJ): \_\_\_\_\_

#### B) PERFIL PROFISSIONAL

- 3) Qual a proporção dos clientes, em termos de receita (pessoa física e jurídica), da sua Corretora de Seguros no ano de 2012?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> PF: 100%; PJ: 0% | <input type="checkbox"/> PF: 90%; PJ: 10% |
| <input type="checkbox"/> PF: 80%; PJ: 20% | <input type="checkbox"/> PF: 70%; PJ: 30% |
| <input type="checkbox"/> PF: 60%; PJ: 40% | <input type="checkbox"/> PF: 50%; PJ: 50% |
| <input type="checkbox"/> PF: 40%; PJ: 60% | <input type="checkbox"/> PF: 30%; PJ: 70% |
| <input type="checkbox"/> PF: 20%; PJ: 80% | <input type="checkbox"/> PF: 10%; PJ: 90% |
| <input type="checkbox"/> PF: 0%; PJ: 100% |   |

- 4) Qual a proporção aproximada da sua receita de comissão em função de cada ramo de seguros no ano de 2012 (preencher todos os parênteses de forma que o total seja 100%)?

- |                               |                                      |                                 |
|-------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Auto | <input type="checkbox"/> RE          | <input type="checkbox"/> Saúde  |
| <input type="checkbox"/> Vida | <input type="checkbox"/> Previdência | <input type="checkbox"/> Outros |

- 5) Qual o grau de renovação da sua carteira no ano de 2012?
- Acima de 90%       Entre 81 e 90%       Entre 71% e 80%
- Entre 61% e 70%       Entre 51% e 60%       Até 50%
- 6) Perguntas sobre a mão de obra na Corretora de Seguros (digitar os números):
- a) Quantas pessoas trabalham na sua Corretora de Seguros (incluir sócios, familiares e terceirizados)? \_\_\_\_\_
- b) Do grupo anterior, quantos são os familiares seus e de seus sócios que trabalham na Corretora? \_\_\_\_\_
- c) Quantos são os corretores habilitados (com carteira Susep) que trabalham na sua Corretora de Seguros? \_\_\_\_\_
- 7) Qual foi o faturamento da sua Corretora no ano de 2012 (comissões recebidas)?
- Até R\$ 60 mil       De R\$ 61 a R\$ 120 mil
- De R\$ 121 mil a R\$ 180 mil       De R\$ 181 mil a R\$ 240 mil
- De R\$ 241 mil a R\$ 450 mil       De R\$ 451 mil a R\$ 720 mil
- De R\$ 721 mil a R\$ 1.400 mil       De R\$ 1.401 mil a R\$ 2.400 mil
- De R\$ 2.401 mil a R\$ 3.600 mil       Acima de R\$ 3.600 mil

### C) AVALIAÇÃO MERCADOLÓGICA

- 8) Com quantas seguradoras, com no mínimo 10% da sua produção total, você trabalha atualmente?
- 1       2       3       4
- 5       6       7       Acima de 7
- 9) Quais são os três motivos principais para a sua Corretora escolher uma seguradora?
- Qualidade dos terceirizados       Indicação do segurado
- Agilidade na cotação       Liquidação mais rápida
- Solvência da companhia       Relacionamento pessoal
- Emissão rápida       Menor preço
- 10) O sócio principal da empresa possui outros negócios, além de corretagem de seguros?
- Sim       Não

## D) NECESSIDADES DAS CORRETORAS

11) Com relação aos assuntos abaixo, como você qualifica em grau de importância?

(4) Muito Importante; (3) Importante; (2) Razoável; (1) Pouco Importante;

(0) Não Sei. (Responder todas as opções!)

- Vender produtos que não sejam de seguros para a sua clientela.
- O problema dos “riscos declináveis” em alguns produtos.
- Sua Corretora vender produtos de microsseguro
- Distribuição de seguros em bancos
- Distribuição de seguros em concessionárias
- Distribuição de seguros em imobiliárias
- Distribuição de seguros “on-line”, pela Internet
- Distribuição de seguros em supermercados
- Venda de “proteção veicular” pelas cooperativas
- Alguns corretores com preço diferenciado

12) Em termos tecnológicos, favor responder abaixo sobre a situação da sua Corretora:

( 1 ) Sim; ( 2 ) Não.

- Você digitaliza os seus documentos, mesmo parcialmente?
- Você tem um programa de multicálculo?
- A sua Corretora já participa profissionalmente do Twitter?
- A sua Corretora já participa profissionalmente do Facebook?
- A sua Corretora já faz vendas de seguros “on-line”?

13) Você teria alguma sugestão ou observação para a Fenacor?

---

---

---

---





ISBN 978-85-7052-557-4



9 788570 525574 >

Realização:

**FENACOR**

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS CORRETORES DE SEGUROS PRIVADOS  
E DE RESSEGUROS, DE CAPITALIZAÇÃO, DE PREVIDÊNCIA PRIVADA,  
DAS EMPRESAS CORRETORAS DE SEGUROS E DE RESSEGUROS

Apoio:



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS  
FUNENSEG