



---

# Seguros na era digital

*Resultados da 3ª edição do Estudo Socioeconômico das Empresas Corretoras de Seguros (ESECS-2017) mostram que uso das redes sociais e de softwares de gestão de negócios aumentaram nos últimos dois anos*

---

## FRANCISCO GALIZA

**N**esta terceira edição do Estudo Socioeconômico das Empresas Corretoras de Seguros – Pessoa Jurídica (ESECS-PJ 2017)<sup>1</sup>, escolhemos como linha-mestra de pesquisa o posicionamento do setor de seguros na era digital. As conclusões principais são as de que o mercado de corretoras continua a ser composto majoritariamente por microempresas, com concentração no ramo automóvel. Ademais, aproximadamente 85% das corretoras de seguros utilizam de forma assídua as redes sociais (Facebook, WhatsApp) na comunicação com seus clientes. Para a maior parte destas, os corretores são indispensáveis na venda de seguro, devendo, portanto, ser capazes de sobreviver aos solavancos tecnológicos do setor.

Este artigo é um resumo do estudo lançado e divulgado no 20º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, ocorrido em outubro deste ano<sup>2</sup>. Na primeira

edição do ESECS<sup>3</sup>, em 2013, os resultados foram um primeiro retrato da categoria e serviram como subsídio para a inclusão das empresas corretoras de seguros no Simples Nacional, um ganho tributário extremamente relevante para a área em questão.

O segundo estudo<sup>4</sup>, lançado em 2015, no 19º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, ocorrido em Foz de Iguaçu, indicou, entre outros aspectos, os efeitos da adesão ao Simples Nacional na realidade econômica das corretoras de seguros optantes. Dando continuidade ao exame dessa iniciativa, a edição atual tem como objetivo principal apontar como as sociedades corretoras de seguros estão vivenciando seus negócios e lidando com seus clientes em tempos de tecnologia plena. A escolha da linha-mestra deste estudo foi alusiva ao tema do 20º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros: “O Setor de Seguros na Era Digital”.

---

<sup>1</sup> FENACOR. *ESECS-PJ 2017*. Estudo socioeconômico das empresas corretoras de seguros. 2017. Disponível em: <<http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/ESECS-PJ2017.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2017.

<sup>2</sup> FENACOR. *ESECS-PJ 2017*. Estudo socioeconômico das empresas corretoras de seguros. 2017. Disponível em: <<http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/ESECS-PJ2017.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2017.

---

<sup>3</sup> FENACOR. *ESECS-PJ 2013*. Estudo socioeconômico das empresas corretoras de seguros. 2013. Disponível em: <<http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/ESECS-PJ2013.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2017.

<sup>4</sup> FENACOR. *ESECS-PJ 2015*. Estudo socioeconômico das empresas corretoras de seguros. 2015. Disponível em: <[http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/esecs\\_pj\\_2015.pdf](http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/esecs_pj_2015.pdf)>. Acesso em: 25 out. 2017.



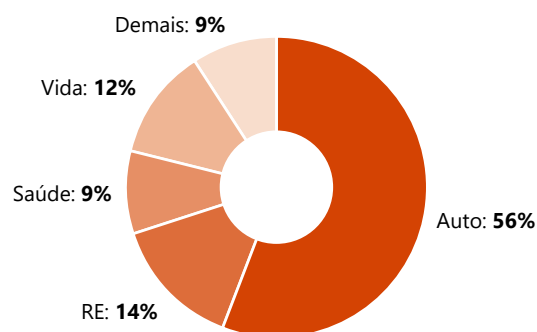
**Aproximadamente 85% das corretoras de seguros já utilizam de forma assídua as redes sociais (Facebook, WhatsApp) na comunicação com seus clientes, percentual quase no mesmo nível do telefone, que continua a ser o mais comum.**

Tal estudo tem diversos públicos: a FENACOR, os profissionais corretores, as seguradoras e resseguradoras, as corretoras de seguros e resseguros, os investidores, os segurados, os pesquisadores, as prestadoras de serviços, os próprios poderes constituídos, etc.

Ao todo, houve 2.101 respostas. Na tabela 1 há as respostas por região do país, cuja distribuição foi compatível com a própria distribuição de prêmios nacional. Esse volume proporcionou um bom grau de significação estatística.

Os resultados são diversos e detalhados. A seguir, por exemplo, no gráfico 1, observamos que, na média, 56% de todos os prêmios gerados pelas corretoras de seguros no Brasil vêm do seguro de automóvel, 14% vêm de Ramos Elementares (RE), 12%, do ramo vida, 9%, do ramo saúde, e 9%, dos demais ramos.

**GRÁFICO 1. COMPOSIÇÃO DO VOLUME DE PRÊMIOS GERADOS PELAS CORRETORAS – 2016**



**TABELA 1. RESPOSTAS POR REGIÕES DO PAÍS – 2013, 2015 E 2017**

Estados	1º ESECS-PJ (2013)	2º ESECS-PJ (2015)	3º ESECS-PJ (2017)
<b>Norte</b>	121	51	46
<b>Nordeste</b>	279	204	203
<b>Centro-Oeste</b>	180	177	240
<b>Sudeste</b>	898	1.062	1.207
<b>Sul</b>	466	460	405
<b>Total</b>	1.944	1.954	2.101

Em resumo, estas são as conclusões econômicas principais:

- O mercado de corretoras de seguros no Brasil continua a ser prioritariamente composto por microempresas, com concentração no ramo automóvel. Porém, já existem corretoras de maior porte, assim como também empresas especializadas na venda de outros produtos de seguros, além do tradicional automóvel.
- Atualmente, aproximadamente 85% das corretoras de seguros já utilizam de forma assídua as redes sociais (Facebook, WhatsApp) na comunicação com seus clientes, percentual quase no mesmo nível do telefone, que continua a ser o mais comum. Como comparação, há dois anos, a utilização do Facebook estava em 55%. Um fato interessante é que esse comportamento independe do porte das corretoras de seguros.
- Corretoras com menor produção usam menos softwares de gestão de negócios (sejam adquiridos ou desenvolvidos de forma exclusiva), quando comparadas às empresas de maior porte. Em termos aproximados, a diferença de utilização passa do patamar de 50% a 60% das companhias existentes para 90% à medida que a corretora aumenta de tamanho, das menores às maiores.
- Nas ferramentas tecnológicas operacionais, a “digitalização” e o “multicálculo” são as mais utilizadas pelas corretoras de seguros, vindo a seguir, em uma presença menor e bem mais distante, a venda utilizando a internet (o “e-commerce”). Logo após, em mecanismos menos creditados, citamos as ferramentas ERP, CRM e o BI, com taxas de utilização de 20% ou até bem menos. Porém, nesses últimos casos, para quem usa, a avaliação é bastante positiva. Tal dado é relevante nos resultados do estudo, significando o equivalente à expressão: “Quem usa, gosta muito”. Isso mostra que existirá demanda para que novas oportunidades sejam oferecidas às corretoras sem acesso a tais ferramentas tecnológicas.
- Como esperado, poucas corretoras veem a tecnologia como um elemento prejudicial na vida das empresas, nos diversos tópicos avaliados. Dentre os aspectos mais positivos, o “relacionamento com o cliente” se destaca. Ou seja, fica claro que a tecnologia é percebida como um elemento estratégico precioso, que não pode ser desperdiçada, no intuito de melhorar o atendimento ao segurado. Um fato a observar é que, para as corretoras de seguros, essa tecnologia é mais útil quando o relacionamento já está estabelecido previamente com os clientes.
- Segundo a opinião das corretoras de seguros, não existe dúvida de que os profissionais corretores são vistos como indispensáveis na venda de seguro. Ao todo, 94% das respostas concordam com essa informação. Essa foi a pergunta com maior percentual de concordância, sendo um ponto muito importante para a profissão.
- Em termos estratégicos, 60% das corretoras de seguros estão preocupadas com a venda em sites. Entretanto, uma boa parte das respostas (40%) sinaliza discordância ou indiferença com relação a esse fato – uma área praticamente dividida com relação a esse aspecto.
- Encontramos divisão também sobre a estratégia de agregar outros produtos além do seguro, a utilização de escritórios virtuais, a especialização ou não de venda em determinados seguros ou mesmo o desenvolvimento de outras atividades. Há boa quantidade de defensores e críticos.

Enfim, essas conclusões servem como um breve descritivo de um segmento que tem se modernizado ao longo do tempo, se atualizando e se adaptando às novas realidades existentes. ●

#### FRANCISCO GALIZA

*Mestre em Economia (FGV), consultor da Rating de Seguros Consultoria  
galiza@ratingdeseguros.com.br / www.ratingdeseguros.com.br*