

The logo for ACONSEG SP, featuring the word "ACONSEG" in blue and red, with "SP" in blue, and a registered trademark symbol. A stylized white arrow graphic points from the top right towards the logo.

ACONSEG® SP

5º RELATÓRIO ACONSEG-SP | 2020

O Mercado de Assessorias e
Consultorias no Estado de SP

Francisco Galiza
ratingdeseguros.com.br
Novembro/2020

SUMÁRIO



- 03** Quem é a Aconseg-SP
- 04** Introdução
- 06** Cenário Atual
- 10** Análise Econômica
- 15** Confiança e Projeções
- 21** Conclusões

QUEM É A ACONSEG-SP

A Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Estado de São Paulo (Aconseg-SP) foi fundada em 2003 com a presença de 14 fundadoras. Em 2020, o número de associadas passou para 35 empresas. A associação tem como missão:

- ④ Congregar as empresas associadas, visando a solução de problemas comuns, defender seus direitos e interesses coletivos, bem como promover a expansão de suas atividades.
- ④ Estudar os assuntos relacionados com a atividade de assessoria e consultoria de seguros, principalmente no que se refere às relações com seguradoras, corretores de seguros e órgãos públicos vinculados ao setor.
- ④ Cooperar para o aprimoramento técnico dos métodos de produção de seguros, de modo a alcançar maior produtividade e melhores padrões de desempenho.
- ④ Contribuir para a melhoria da eficiência da gestão de seguradoras e de corretores de seguros, com o consequente aumento de sua participação na economia nacional.
- ④ Colaborar com o constante aperfeiçoamento dos sistemas de trabalho, que permita o envolvimento de seguradoras e corretoras de seguros.
- ④ Hoje, é um segmento importante de distribuição de seguros, que produz aproximadamente R\$ 1,8 bilhão de prêmios por ano, gera quase 500 empregos diretos e ajuda dezenas de milhares de corretores de seguros na realização de seus negócios.



INTRODUÇÃO

Institucionalmente, a Aconseg-SP tem dois objetivos:

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

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

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

Assim como nos textos anteriores¹²³⁴, esse trabalho é composto por uma análise institucional e histórica e, em seguida, outro tópico corresponde a um questionário enviado a todas as

assessorias, que o respondem em caráter sigiloso. Portanto, somente os dados agregados dessa pesquisa são divulgados.

A seguir, além dessa Introdução, tal estudo se divide da seguinte forma:

No **Capítulo 2**, uma avaliação do cenário atual, com o ano de 2020 fortemente influenciado pela pandemia. Essa é uma análise mais teórica. A partir do **Capítulo 3**, apresentamos os resultados da pesquisa, iniciamos com um perfil das filiadas, em termos administrativos e de recursos humanos. Em seguida, um resumo das informações econômicas enviadas pelas assessorias, como, por exemplo, faturamento por ramos e por seguradoras. No **Capítulo 4**, o cálculo de um índice de confiança para essas empresas, visando medir as expectativas das mesmas com relação ao ano de 2020, assim como impressões econômicas e sociais sobre o momento que vivemos. No **Capítulo 5**, as conclusões.

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



¹ Relatório de 2016: http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/Relatorio_Aconsej_SP.pdf

² Relatório de 2017: http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/relatorio_aconsej_2017.pdf

³ Relatório de 2018: http://ratingdeseguros2.hospedagemdesites.ws/wp/wp-content/uploads/2018/12/relatorio_aconsej_2018.pdf

⁴ Relatório de 2019: http://ratingdeseguros2.hospedagemdesites.ws/wp/wp-content/uploads/2020/01/relatorio_aconsej_2019.pdf

CENÁRIO ATUAL

Como era de se esperar, o ano de 2020 será marcado pela pandemia. Dezenas de estudos estão sendo publicados (e ainda serão) para avaliar como será o mundo empresarial, em um cenário pós-pandemia. Por exemplo, um deles é o texto *“The future is not what it used to be: Thoughts on the shape of the next normal”* (“O futuro não é mais o que costumava ser: pensamentos sobre a forma do próximo normal”), da empresa de consultoria McKinsey⁵. Tal texto lista sete consequências desse momento.

🔗 **A distância está de volta.** A partir da década de 90, com o incremento da tecnologia, se acreditava que as “distâncias tinham desaparecido”, ou, pelo menos, diminuído bastante. Agora, com as restrições à locomoção entre países, tal evento pode ser considerado um revés à globalização.

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

🔗 **Crescimento da economia sem contato.** Setores econômicos em que não haja contato sairão forta-

lecidos, como comércio eletrônico, telemedicina e automação. É óbvio que o contato humano continuará a existir, mas, na medida do possível, poderá ser minimizado.

🔗 **Fortalecimento do Governo nas economias.** Em tempos de crise, a sociedade passa a aceitar um maior controle do Estado na economia. É o que deve ocorrer nesse momento. Dentre as medidas tomadas pelos governos, três delas se destacam: apoiar as necessidades básicas dos cidadãos, salvar empregos e ajudar as empresas a sobreviverem.

🔗 **Maior análise crítica nos resultados das empresas.** O lucro pode não ser mais o único valor corporativo nas empresas. Outros aspectos devem

ser também considerados, como, por exemplo, investir em funcionários, apoiar comunidades e o desenvolvimento de ética. A ideia é que, agora, nas Demonstrações Financeiras, pelo menos em termos conceitual, exista o conceito de “triple bottom line” - lucro, pessoas e planeta. Essa consciência deverá crescer em um cenário pós-pandemia.

🔗 **Mudança nos comportamentos da sociedade.**

Por exemplo, haverá mudanças no comportamento dos consumidores e empresas, ou tudo voltará a ser o que era antes da pandemia? Ou haverá mais compreensão em relação ao compartilhamento de dados pessoais, se isso ajudar a salvar vidas? Os setores de turismo e viagens voltarão ao mesmo nível anterior, ou haverá uma maior preocupação com a segurança financeira? No caso específico do setor de Seguros e Previdência, haverá maior propensão pela compra de tais produtos, em um efeito substituição a outros ativos? Diversas perguntas cujas respostas serão mais claras com o passar do tempo.

🔗 **Tentar descobrir aspectos positivos da tragédia.** Em toda essa tragédia, será que é possível encontrar algum aspecto positivo? Após tantas

mortes e perdas econômicas, é possível falar em algum ganho, pelo menos no longo prazo? Talvez sim, quem sabe. Por exemplo, três aspectos no texto podem ser destacados. Primeiro, as pessoas tiveram uma aprendizagem muito rápida em novos modelos de comunicação, como Skype, Zoom ou Facetime. Houve um ganho tecnológico da população em geral. Segundo, as empresas passaram a se comunicar a distância, vendo o que pode ser feito ou não. Era isso ou nada. Após a pandemia, algo deve ser mantido, trazendo ganhos de eficiência, além de uma maior flexibilidade para os funcionários. Terceiro, os sistemas de saúde de alguns países talvez se tornem mais eficientes, mais prestigiados, mais criativos e mais preparados em eventos futuros.

Há também estudos específicos que avaliam quais tecnologias irão crescer mais em um cenário pós-pandemia. Algumas dessas até já estão acontecendo, como a telemedicina e o “home office”⁶. Já outros textos avaliam que a sociedade poderá ter um maior crescimento dos problemas de saúde mental⁷. Enfim, a variedade de temas é grande.

Na área de Seguros, haveria também consequências específicas derivadas da pandemia. Por exemplo, quatro delas.

☞ Com o incremento do “home office”, haverá uma menor demanda de alocações empresariais. Com isso, certamente, os preços dos aluguéis comerciais também sofrerão, crescendo a taxas menores. Os residenciais talvez subam mais, em termos relativos. Assim, se as pessoas passarão mais tempo em casa, elas irão querer ter mais conforto, mais infraestrutura, com um maior risco de desgaste dos bens, o que fará com que o Seguro Residencial tenha um incremento. Por outro lado, haverá diminuição na taxa de crescimento dos Seguros Empresariais, pois os escritórios serão menores, com menos pessoas. Tudo em termos comparativos, claro.

☞ Outra consequência é o aumento dos riscos cibernéticos. Temos uma variável a mais a ser considerada na equação, com as seguradoras tendo que avaliar essa nova configuração. Ou seja, haverá não apenas crescimento de demanda por tal produto, como possivelmente aumento nas taxas também. Ao final, a receita de prêmios irá aumentar.

☞ Os seguros serão vistos mais do que simplesmente o pagamento de sinistros. Outros pontos devem ser também agregados, como serviços médicos, além de excelência no atendimento on-line. Essa é uma nova demanda do consumidor.

☞ Por fim, de modo geral, o seguro passou a ser considerado um bem mais importante, com o aumento de interesse do consumidor por tal produto.

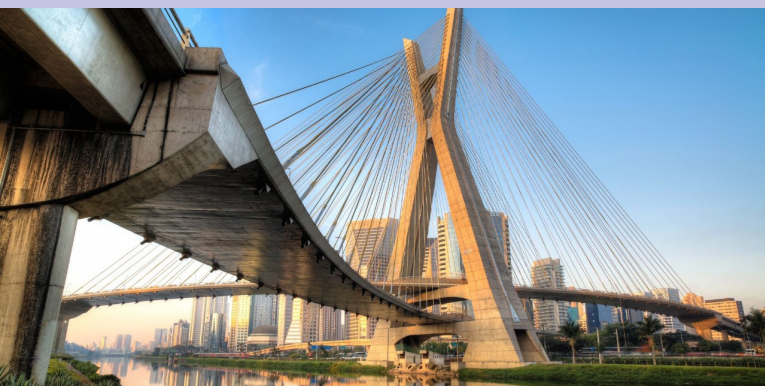
Enfim, além dessas observações, novas mudanças poderão vir e o setor precisa estar preparado. A situação é dinâmica.

⁵ <https://www.mckinsey.com/featured-insights/leadership/the-future-is-not-what-it-used-to-be-thoughts-on-the-shape-of-the-next-normal>

⁶ <https://www.weforum.org/agenda/2020/04/10-technology-trends-coronavirus-covid19-pandemic-robotics-telehealth/>

⁷ <https://www.swissre.com/risk-knowledge/risk-perspectives-blog/what-will-life-look-like-in-the-post-covid-19-world.html>





Nesse capítulo, apresentamos um perfil das assessorias, em termos administrativos e de recursos humanos. Em seguida, a análise econômica de seus dados. Nos últimos dois anos, registramos que houve um aumento na quantidade de assessorias filiadas à entidade, o que levou ao crescimento das variáveis.

A) ESTRUTURA INTERNA

Em termos de estrutura interna, a grande maioria das assessorias filia-das trabalha com apenas um escritório. Na média, há quase 10 funcionários em cada assessorias, divididos igualmente em termos operacional e comercial.

Todas as filiadas da Aconsef-SP geram 500 empregos diretos. Como comentado, tal número cresceu muito nos últimos dois anos, devido à entrada de novas filiadas na associação.

Atualmente, as assessorias trabalham com quase 30 mil corretoras.

Esse número deve ter dupla contagem, pois ele é o resultado do somatório dos dados informados de forma independente pelas próprias assessorias. Ou seja, não são corretores distintos, pois um corretor pode operar com mais de uma assessoria. Tal como nos números anteriores, esse valor teve uma forte evolução nos últimos anos. Por exemplo, em 2016 havia 16 mil corretores, segundo relatório informado diretamente pelas assessorias.

Outro número tão interessante quanto à quantidade total de corretores é avaliar a própria distribuição estatística dessa amostra de corretores. Nessa linha, um indicador importante é a mediana dos números, que, no nosso caso, se situa atualmente em 675 corretores/assessoria. Nos últimos anos, tal número tem aumentado, o que confirma o interesse dos corretores por esse modelo de negócios.

Outro aspecto, já analisado em detalhes nos relatórios anteriores, se refere à política de treinamento das assessorias para a sua equipe interna e para seus corretores. De modo geral, os resultados têm sido bem satisfatórios. Tanto em termos de quantidade de participantes, como na qualidade dos cursos.

B) FATURAMENTO TOTAL

Nesse ano, em termos de faturamento, tivemos uma grande diferença devido à entrada de novas assessorias. O **gráfico 1** apresenta os valores anuais, de 2016 a 2019. No período, a trajetória é sempre crescente. Em 2019, o montante foi de aproximadamente R\$ 1,8 bilhão de prêmios.

Um ponto a destacar é que o crescimento elevado da curva de 2017 para 2018 foi devido à entrada de novas assessorias na associação.

Já o **gráfico 2** apresenta os faturamentos dos primeiros semestres de 2019 e 2020. Apesar do momento difícil da economia, a variação de prêmios conseguiu ser de quase 5%, ao comparar tais períodos. Para 2020, a estimativa é que tal valor chegue a quase R\$ 2 bilhões.

Gráfico 1 - Faturamento Anual - Prêmios - Aconsef-SP - R\$ bi

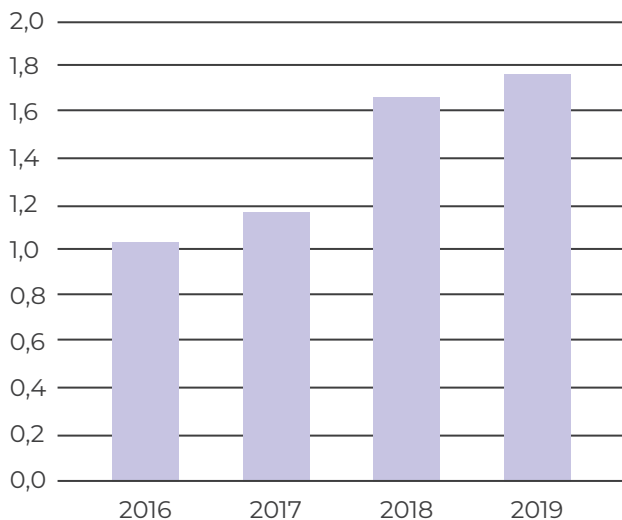
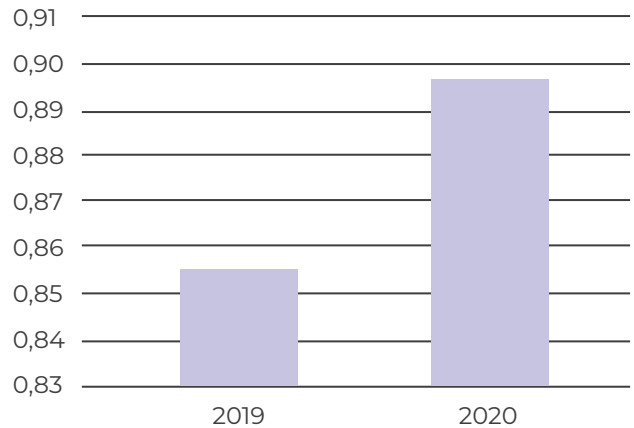


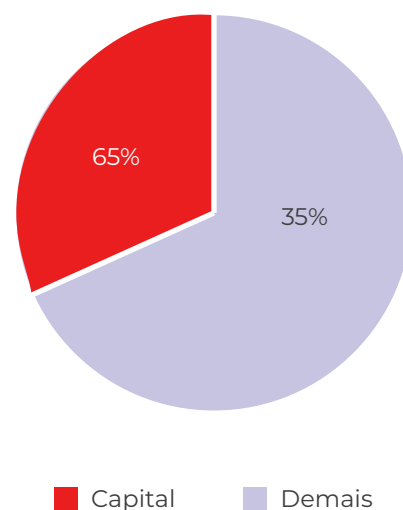
Gráfico 2 - Faturamento Semestral - Prêmios - Aconsef-SP - R\$ bi



C) DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DA RECEITA

Outro aspecto avaliado no estudo foi a distribuição geográfica dos prêmios. O **gráfico 3** apresenta tal situação, em dados do 1º semestre de 2020. As informações estão separadas em SP Capital e Demais (incluindo interior de SP).

Gráfico 3 - Distribuição Geográfica dos Prêmios - Aconsef-SP



É interessante também observar que, quando avaliamos a proporção de receita de prêmios de seguros de tal Estado, conforme as estatísticas oficiais do setor, e comparando a Capital e o Interior, a relação é mais próxima de 50/50⁸. Ou seja, teoricamente, haveria espaço de crescimento das assessorias no interior do Estado de São Paulo.

D) FATURAMENTO POR RAMOS

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

No **gráfico 4**, temos a proporção de receita, em dados do 1º semestre de 2020. Já o **gráfico 5** apresenta a evolução da receita, comparando o ano de 2016 com os valores do 1º semestre de 2020.

A análise é interessante, pois mostra como o perfil do segmento se alterou ao longo do tempo. Em 2016, 58% dos prêmios das afiliadas vinham do seguro de Automóvel. Agora, tal número é 47%. Já a participação do seg-

mento de Saúde passou de 31% para 42%. Esse movimento pode ser explicado como compensação da crise econômica dos últimos anos e, especificamente, problemas registrados na indústria automobilística. Assim, as assessorias buscaram outras opções de negócios.

Gráfico 4 - Distribuição de Prêmios - Ramos - 1º sem/2020

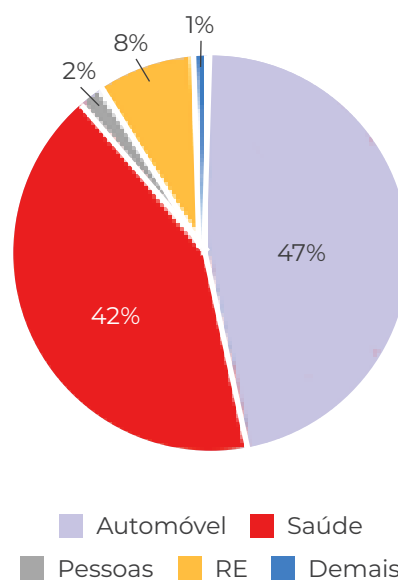
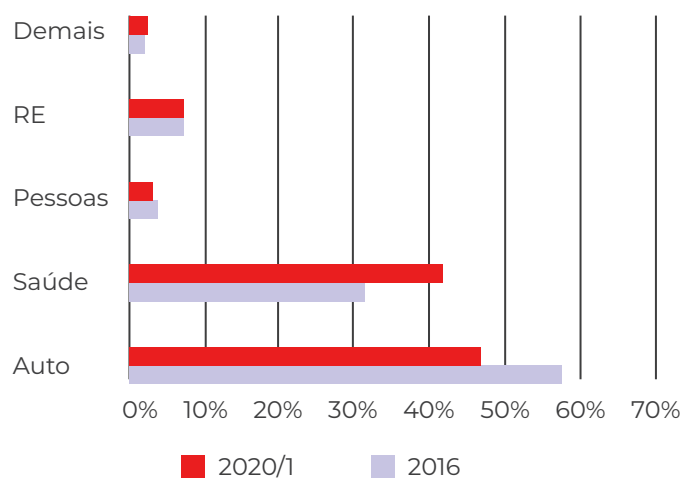


Gráfico 5 - Evolução da Proporção de Receita de Prêmios



⁸ Como referência nesse cálculo, considera-se a proporção dos seguros de veículos por regiões, segundo as informações divulgadas pela Susep.



Outro cálculo interessante é tomar como referência o estudo Ranking das Seguradoras⁹. Nesse caso, os ramos Automóvel, Saúde e Pessoas representam, respectivamente, 22%, 27% e 28%, do total do segmento de seguros do país. Essa distribuição mostra a importância que os ramos Saúde e Automóvel têm na receita das assessorias; ao contrário do ramo de Pessoas, cuja presença é menor em termos relativos, embora tenha havido progressos nos últimos anos.

Ainda na análise dos ramos, podemos ainda fazer uma última conta. As associadas da Aconseg-SP faturam de prêmios de Automóvel em torno de R\$ 900 milhões por ano. Considerando que o faturamento do seguro de Automóvel em todo o Estado de

⁹ Ver os dados de 2019: http://ratingdeseguros2.hospedagemdesites.ws/wp/wp-content/uploads/2020/06/ranking_das_seguradoras_2019.pdf

São Paulo foi de R\$ 15 bilhões, isso representa quase 6% da receita de todo Estado nesse negócio.

E) FATURAMENTO POR SEGURADORAS

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

No **gráfico 6**, temos a distribuição dos dados dos prêmios do 1º semestre de 2019 das principais seguradoras. Nesse caso, somente as sete principais seguradoras são listadas: SulAmérica (46%), Tokio Marine (21%), Bradesco (14%), Suhai (5%), Sompo (4%), Amil (3%) e Notre Dame (2%), representando quase 95% do total faturado em prêmios.

Gráfico 6 - Distribuição de Prêmios - Seguradoras - 1º sem/2020

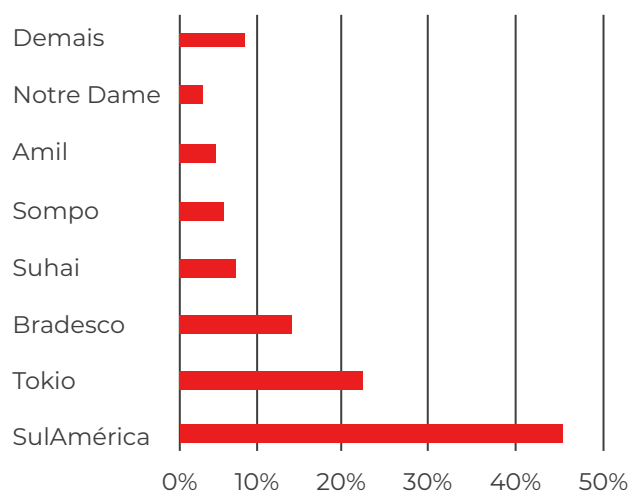


Tabela 1 – Distribuição dos Prêmios - Sem Saúde – 1º semestre/2020

Empresa	Participação Receita
Tokio	36%
SulAmérica	26%
Bradesco	14%
Suhai	8%
Sompo	7%
Liberty	2%
Mitsui	2%
Demais	5%
Total	100%

Já a **tabela 1** avalia o mesmo período citado anteriormente, só que agora excluimos o seguro Saúde da receita de prêmios. Aqui, listamos a distribuição de prêmios das sete maiores seguradoras, sobrando 5% para as outras companhias. As três primeiras seguradoras permanecem as mesmas, mas em ordem diferente.



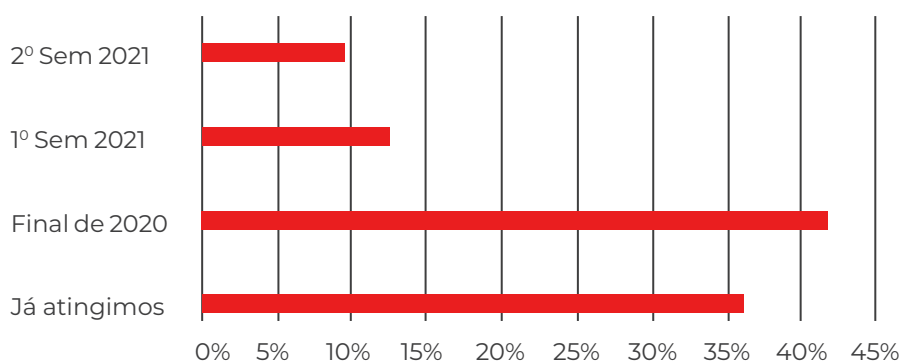
CONFIANÇA E PROJEÇÕES

Nesse capítulo, se avaliou, em termos sobretudo qualitativos, como as assessorias estão sentindo os efeitos da pandemia. Além disso, se calculou o Índice de Confiança do Setor, raciocínio feito também nos últimos relatórios.

A) MOMENTO DA RECUPERAÇÃO

Em termos de expectativas, uma primeira pergunta nesse tópico foi avaliar o momento que as assessorias devem recuperar as suas vendas anteriores, ao nível do cenário de antes da pandemia. Os resultados estão mostrados no gráfico abaixo.

Gráfico 7 - Quando voltarão as vendas pré-pandemia?



Nesse momento, aproximadamente 80% das assessorias afirmam que as suas vendas voltarão ao período de antes da pandemia até, no máximo, o final de 2020. Já 20% delas acreditam que as vendas só voltarão ao pa-

tamar anterior ao longo de 2021. Ou seja, a crise irá se diluir até, no máximo, mais uns 12 meses.

Esses números representam um aspecto positivo, pois mostram o poder de recuperação do setor, mesmo diante de um momento tão sério como esse em que vivemos.

B) IMPORTÂNCIA DOS RAMOS

Para muitos, a pandemia pode ser considerada quase como um “divisor de águas” histórico. Tal fato está trazendo e irá trazer, até mesmo no curto prazo, consequências econômicas, sociais, comportamentais, trabalhis-

tas, culturais e muitas outras imprevisíveis.

Assim, nesse texto, um dos aspectos avaliados junto às assessorias foi determinar quais ramos de seguros poderão crescer ou decrescer após a pandemia, em termos relativos. Ou seja, o ramo pode até crescer, mas em proporção inferior aos demais. Nesse caso, a sua avaliação seria de um crescimento menos importante.

A **tabela 2** mostra as expectativas das assessorias para cinco tipos de negócios.

Tabela 2 – Expectativas quanto ao crescimento dos ramos

Importância	Auto	Pessoas	Saúde	Residencial	Empresarial
Menos	26%	0%	0%	6%	6%
Igual	61%	0%	25%	65%	68%
Mais	13%	100%	75%	29%	26%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Os dados são bem interessantes, pois dividem o comportamento dos ramos em três tipos. Ressaltamos que essas são impressões nesse momento, que podem, posteriormente, se concretizar ou não.

Primeiro, o segmento de Benefícios (Pessoas e Saúde), no qual as assessorias estão estimando um grande crescimento nos próximos anos, acima da média dos outros segmentos. Aqui, há um grande otimismo, sobretudo em Seguro de Pessoas.

Em um segundo nível, os Seguros Residencial e Empresarial, nos quais a expectativa maior é que os seguros mantenham a mesma proporção atual, mas com um leve viés de melhora no cenário.

Por último, em um terceiro grupo, o Seguro de Auto, em que a avaliação é mais negativa. Nesse caso, existe um

certo viés que esse ramo perca um pouco de importância no futuro, embora a maior parte das assessorias acredite que irá permanecer igual aos dias atuais.

Essas conclusões podem ser uma orientação importante para os profissionais que operam na área seguradoras, corretoras, etc.

C) COMPORTAMENTO DA SOCIEDADE

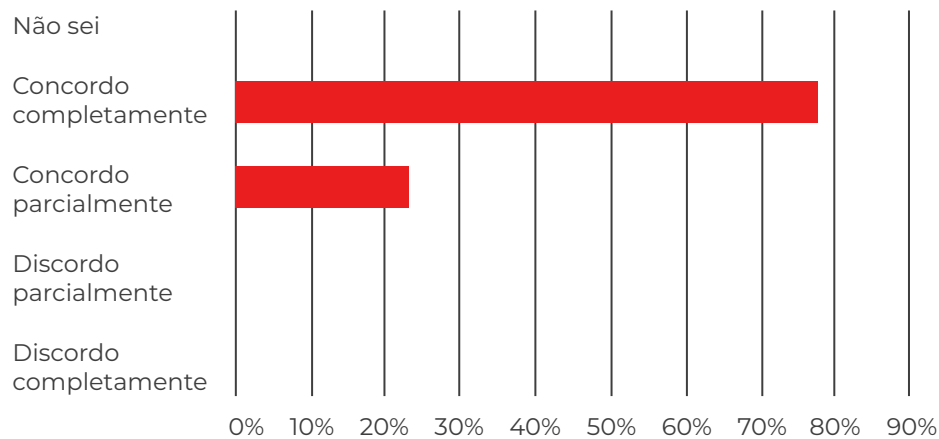
Agora, se discutiu como as assessorias visualizam alguns aspectos do comportamento da sociedade em um cenário pós-pandemia - aspectos econômicos, sociais, trabalhistas, etc.

A primeira pergunta praticamente tem unanimidade entre as assessorias, pois se avalia se haverá aumento ou não do uso de tecnologia por parte dos corretores de seguros. Essa resposta não surpreende. Todas as

assessorias concordaram – em graus distintos de ênfase – com tal afirmação. Os corretores usarão mais tecnologia. No total, quase 80% das respostas indicam que concordam plenamente com tal postura.

Um segundo questionamento mensura se os consumidores irão comprar mais ou menos veículos, em um cenário social de cada vez mais isolamento. Como já ressaltado, analisamos essa demanda em termos relativos, em comparação com outros bens e serviços.

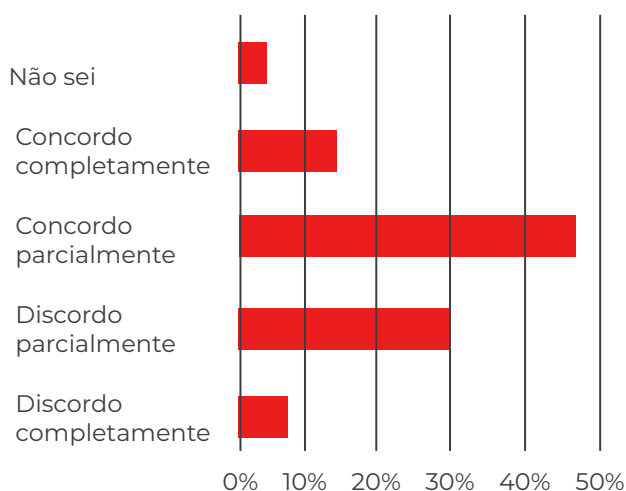
Gráfico 8 - Corretores usando mais tecnologia



Nesse momento, a maior expectativa das assessorias é que é provável que haja, levemente, menos consumo de veículos, mas as respostas estão bem divididas. Quase

40% das assessorias acham que o comportamento do consumidor não será alterado substancialmente após a pandemia.

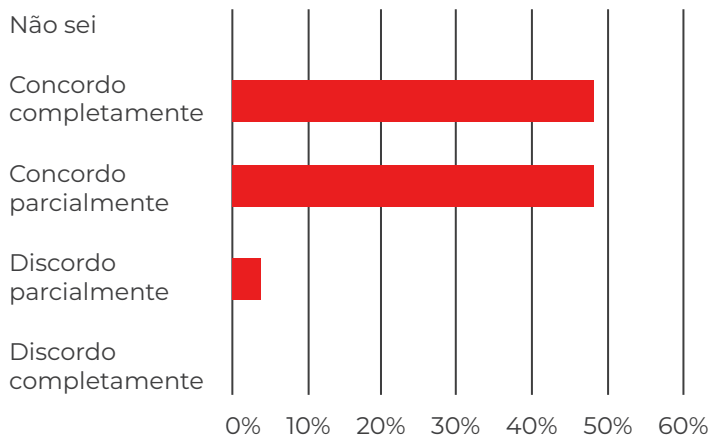
Gráfico 9 - Relativamente, comprando menos veículos



Outra pergunta que também tem praticamente a unanimidade das assessorias é avaliar se vai crescer a utilização de “home office” por parte da sociedade. Nesse caso, tal como o incremento de tecnologia, praticamente não há dúvidas, é um movimento que veio para ficar.

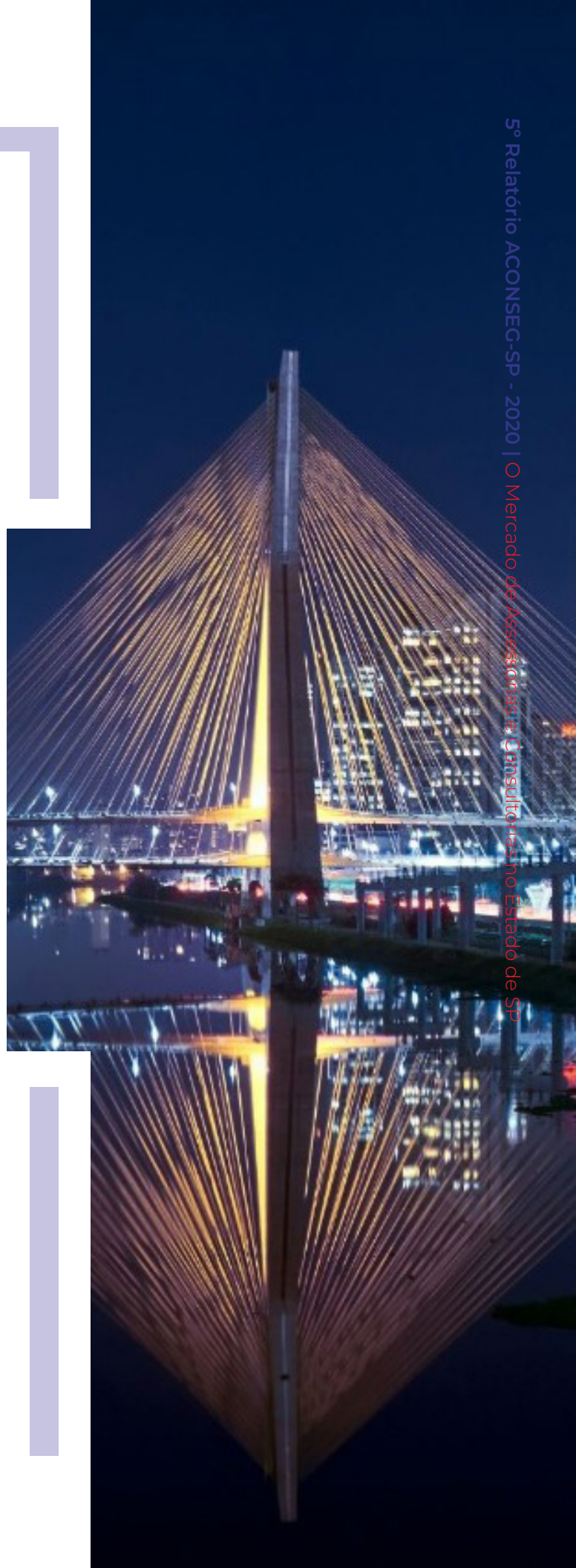
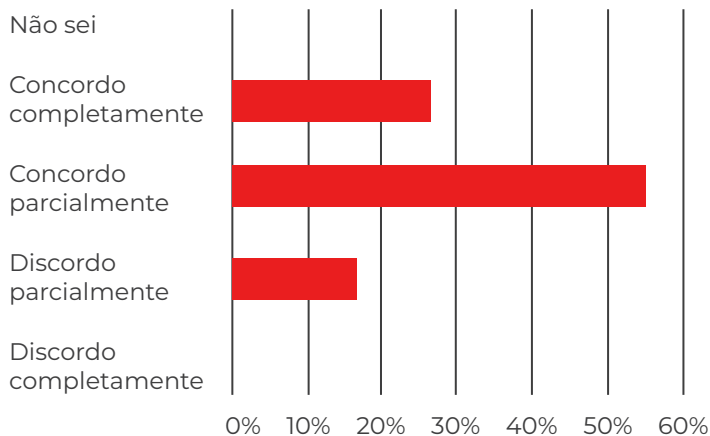


Gráfico 10 - Utilização do Home Office



Um questionamento seguinte é determinar se o mercado segurador brasileiro irá crescer, ou seja, se o consumidor irá comprar mais seguro, talvez mais preocupado com a sua segurança pessoal e de seus familiares, um reflexo direto da pandemia. Aqui, existe um certo viés otimista na visão das assessorias. Podemos dizer um otimismo moderado. O consumidor, de fato, irá se interessar por tal tipo de produto – Seguro ou Previdência.

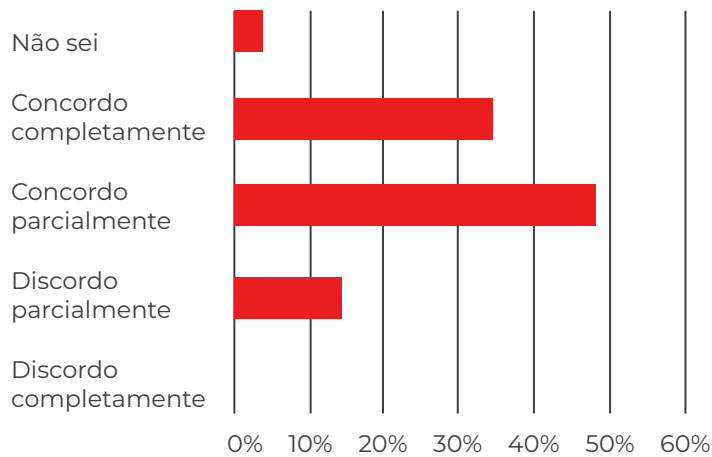
Gráfico 11 - Consumidor compra mais seguro



O quinto aspecto avaliado mensura se a interação do cliente com o corretor pode ou não aumentar em um cenário pós-pandemia. Aqui, o cenário também é de otimismo. Os corretores, mesmo a distância, vão conseguir manter um bom contato com seus segurados.



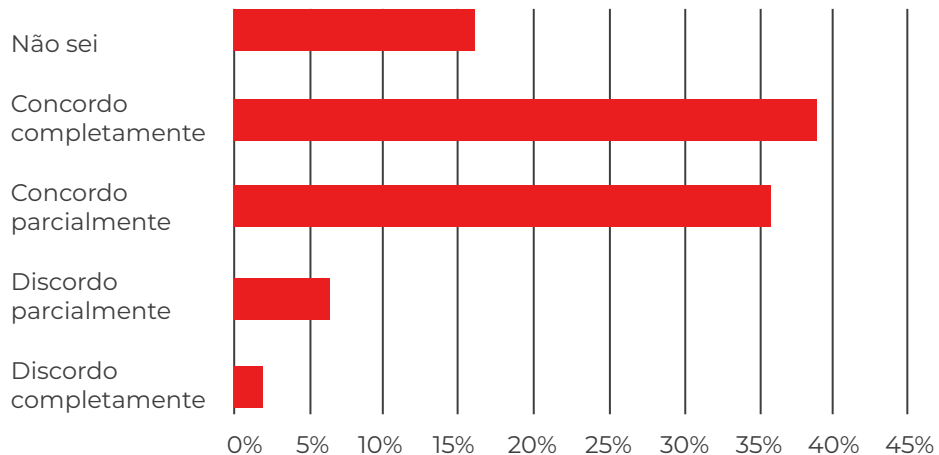
Gráfico 12 - Interação com consumidor aumentar



Um último aspecto nesse tópico, que tem preocupado muitos agentes da sociedade, é como o ser humano irá se comportar emocionalmente em um cenário pós-pandemia, no momento conhecido como “novo normal”. Aqui, existe também um leve sentimento que os problemas psicológicos podem aumentar, embora quase 20% das assessorias não tenham se sentido capazes de responder a tal questionamento.



Gráfico 13 - Mais problemas psicológicos





D) ÍNDICE DE CONFIANÇA

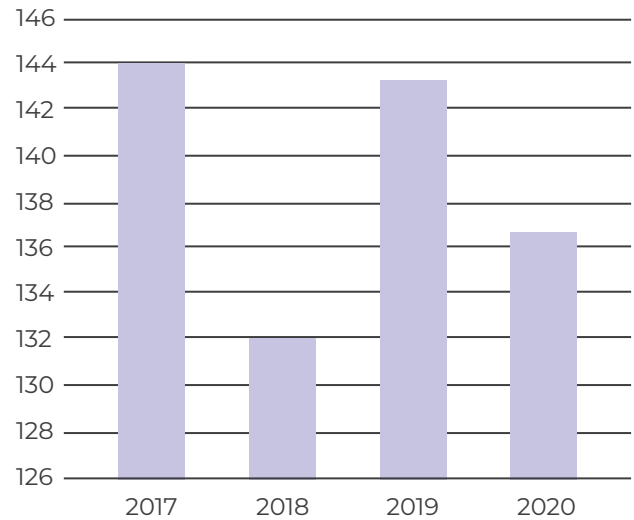
Nesse item, tal como em relatórios anteriores, calculamos um índice de confiança para as assessorias filiadas da Aconseg-SP. Este tipo de metodologia tem crescido no Brasil, com aplicações inclusive no mercado de seguros¹⁰.

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

Com essas informações, e após cálculos estatísticos, é definido esse índice, cujo valor varia de 0 a 200. O número 100, que divide o índice ao meio, sinaliza que a expectativa atual é que a situação permaneça a mesma no futuro. Por outro lado, quanto maior esse valor, mais otimista está o segmento; e vice-versa.

¹⁰ <http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/artigo-teorico/CES.pdf>

Gráfico 14 - Evolução do Indicador de Confiança



A partir das respostas obtidas, determinamos a evolução do indicador nos últimos anos. Historicamente, esse valor tem sido sempre positivo (acima de 100 pontos), o que é um aspecto bem favorável para o setor. O otimismo é uma constante.



CONCLUSÕES

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

☞ Esse é o quinto ano que tal estudo é realizado. O seu objetivo principal é aumentar a transparência do segmento das assessorias filiadas à Aconseg-SP, o que, em consequência, irá promover a eficiência dos negócios de todos os agentes envolvidos com tais empresas. Lembramos que, como muitas análises não foram repetidas em cada novo texto, é recomendável também a leitura dos materiais de 2016, 2017, 2018 e 2019, já citados nas referências, caso o leitor deseje mais detalhes de como funciona tal categoria.

☞ Em 2020, o ponto mais importante desse relatório é, sem dúvida, a análise dos efeitos da pandemia, que proporcionou e ainda deve proporcionar diversas consequências na sociedade, inclusive no setor de seguros.

☞ Hoje, na análise do perfil das companhias, as assessorias filiadas geram quase 500 empregos diretos, divididos quase simetricamente em funcionários das áreas comercial e operacional. Outro ponto impor-

tante é o aumento na quantidade de corretores ao longo do tempo, chegando a aproximadamente 30 mil empresas atualmente.

☞ Em 2017, as associadas produziram R\$ 1,1 bilhão de prêmios por ano. Em 2019, o valor foi de R\$ 1,8 bilhão. Em 2020, pela pandemia, o setor deve sentir, como toda a economia, mas a recuperação deve ser rápida. A estimativa é que o valor chegue a quase R\$ 2 bilhões.

☞ Os ramos mais importantes são os de Automóvel e Saúde. Nos últimos anos, o ramo Saúde tem crescido de participação. Para o futuro, se acredita muito nos Seguros de Benefícios, como resultado da pandemia.

☞ As seguradoras que mais produzem com as assessorias são SulAmérica, Tokio, Bradesco, Suhai, Sampo, Amil, Notre Dame, Liberty e Mitsui.

☞ Após essa crise, será um mercado mais tecnológico e trabalhando mais de casa, mas os vínculos com os clientes permanecerão fortes. O segmento está otimista!



Diretoria da Aconseg-SP 2020-2022

Helio Opipari Junior | presidente

Jairo Christ | vice-presidente

Marcos Colantonio | presidente do Conselho

Ricardo Montenegro | diretor financeiro

Leandro Henrique | diretor administrativo

Alberto Novais | diretor interior

www.aconsegsp.com.br

Responsável Técnico

Francisco Galiza

ratingdeseguros.com.br

Novembro/2020