



GT PME

Caminhos para ampliação da participação de seguros no segmento PME

Comissão de Inteligência de Mercado (CIM)

Janeiro/2025

DITEC/SUESP

FASE 1
**(2019/
2020)**

Levantamento das **características** sociodemográficas do segmento MPE: microempreendedor individual (MEI), microempresário (ME) e empresa de pequeno porte (EPP)

FASE 2
**(2020/
2021)**

Mapeamento das **ofertas** de seguros e visão das seguradoras obtida pela aplicação de pesquisa com as empresas associadas à CNSEG e membros da CIM

FASE 3
**(2022/
2023)**

Pesquisa de mercado com as MPEs e com corretores de seguros para entender a adequação das ofertas atuais e conhecer as necessidades e os principais desafios desse segmento

FASE 1

GT PME

Objetivo da Fase 1:

Mapear e entender o cenário das MPEs: microempreendedor individual (MEI), do microempresário (ME) e do pequeno empresário (EPP) e os perfis de microempresários inseridos nesse setor.

Com dados extraídos do Data Sebrae, foi possível conhecer:

- ❑ Os critérios de classificação das MPEs em termos de faturamento e segmentos econômicos (indústria, comércio, serviços, construção civil e agropecuária);
- ❑ O perfil de acordo com a distribuição regional e por atividade dentro de cada segmento;
- ❑ Realização de negócios, se B2C (*Business to Consumers*), B2B (*Business to Business*), ou com o governo, B2G (*Business to Government*);
- ❑ Perfil de crédito;
- ❑ Motivo para empreender e para o encerramento do negócio.

FASE 2

GT PME

Pesquisa com as seguradoras:

Objetivo da Fase 2:

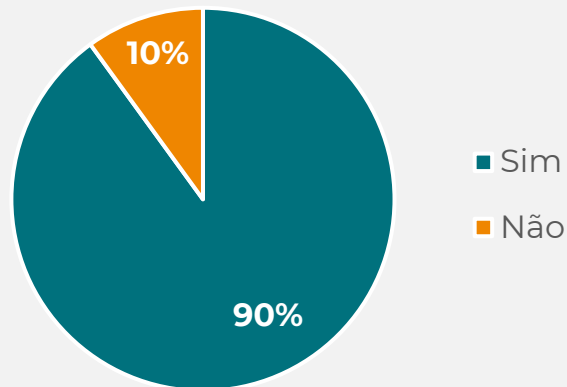
Para aprofundar o conhecimento das ofertas de seguros existentes para o público MPE, foi realizado uma pesquisa com as empresas associadas e que são membros da CIM.

36%

de MKT Share

(Prêmio direto do setor de seguros em 2020, considerando as empresas de saúde)

Comercializam seguros voltados para as MPEs?



Pesquisa com as seguradoras:

- 90% das empresas respondentes possuem atuação no mercado voltado ao segmento de MPEs.
- A grande maioria das empresas respondentes possui seus produtos para o segmento de MPEs **concentrados em ofertas** de Seguro Vida Empresarial e Seguro Compreensivo Empresarial.
- 70% dos respondentes entendem que suas empresas possuem espaço para **melhorar a atuação e performance de vendas** de seus produtos voltados para as MPEs, o que demonstra a importância de identificar os GAPs e melhorias no setor.
- Os **momentos de maior dificuldade** para as empresas estão concentrados entre a distribuição e a prospecção do produto, sendo citados por 7 das 10 empresas respondentes.
- As **principais dificuldades** estão concentradas no próprio público MPE, seja por conta de sua falta de conhecimento ou pela falta de interesse em soluções de proteção.

Pesquisa com as seguradoras:

- As ações que estão sendo tomadas para **solucionar as maiores dores** estão concentradas em realizar uma revisão periódica dos produtos e da ferramenta de comercialização do seguro.
- A implementação e melhoria de treinamentos para os canais de distribuição é a **ação mais tomada pelas empresas** a fim de enfrentar os momentos de dificuldade na oferta.
- A contratação e concepção dos produtos são as principais **etapas de facilidade** para a oferta ao público MPE.
- O maior interesse na oferta do produto pelo canal de distribuição e o processo eficiente de contratação dos produtos são os **pontos fortes** do momento de se ofertar o produto na opinião dos respondentes.
- 90% dos respondentes mencionaram que realizam **monitoramentos constantes** da concorrência, o que reforça a preocupação também com a diferenciação do produto frente aos outros players.
- Para o monitoramento, inúmeras frentes foram citadas como aspectos principais, desde preços e serviços ofertados, até a própria remuneração do produto.

FASE 3

GT PME

Objetivo da Fase 3:

Através de pesquisa de mercado com **micro e pequenos empreendedores** e com **corretores de seguros**, entender a adequação das ofertas atuais de seguros, conhecer as necessidades e os principais desafios desse segmento, tendo como foco o objetivo inicial, de ampliação da participação de seguros no segmento de micro e pequenas empresas.

A pesquisa de mercado foi executada em duas etapas:

1. **Qualitativa**, por meio de entrevistas em profundidade (exploratória);
2. **Quantitativa**, através de pesquisa online, com formulário eletrônico (mensuração e validação).



Qualitativa

Empresários

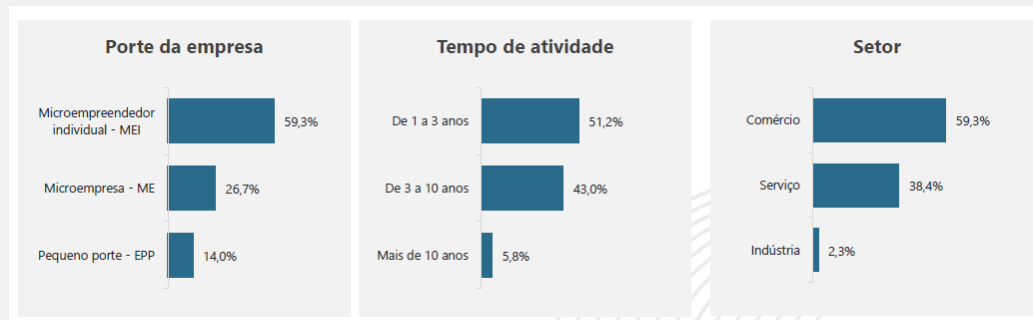
do estado de São Paulo;
Responsável principal pelo CNPJ;
Microempreendedores individuais,
micro empresas e empresas de
pequeno porte;
Representantes do serviço,
comércio e indústria

Corretores de seguros

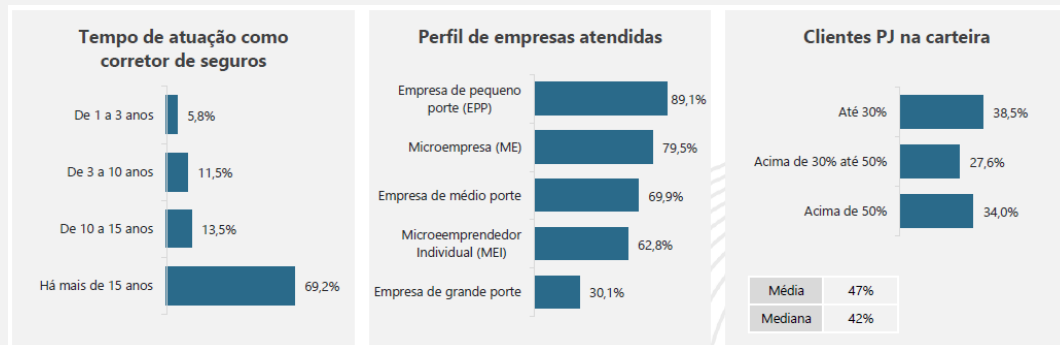
com foco ofertar seguros em
Pessoa Jurídica
Convidados das seguradoras
associadas

Quantitativa

86 MPEs



156 Corretores



O que vamos ver aqui:

1. Início dos negócios e percepção de risco
2. Pensamento empresarial
3. Conhecimento das soluções de proteção
4. A experiência atual com seguros empresariais
5. O significado dos seguros
6. Processos de escolha e contratação
7. Apoio aos corretores



O que vamos ver aqui:

- 1. Início dos negócios e percepção de risco**
2. Pensamento empresarial
3. Conhecimento das soluções de proteção
4. A experiência atual com seguros empresariais
5. O significado dos seguros
6. Processos de escolha e contratação
7. Apoio aos corretores



Empreender não é a primeira experiência profissional do pequeno empresário



- As histórias destes empresários sugerem que haja **gatilhos** que impulsionam a **decisão de empreender**, gatilhos estes que de uma forma geral representam uma **escolha** feita em um momento de dificuldade ou mudança:

Mudança estrutural da empresa onde trabalhava

O negócio nasce como forma de adaptação à uma nova realidade (como falência por exemplo, onde assumir o negócio e ficar com os ativos representa o pagamento da dívida do empregador)

Baixa motivação no emprego

O negócio próprio é o caminho para se livrar das insatisfações como gestores, cobranças, falta de reconhecimento ou critérios de pagamento injustos

Ajudar no negócio da família

A atuação que inicialmente era provisória, como apoio ao negócio dos pais ou cônjuge, torna-se tão fundamental que o negócio ganha um novo dono

De forma quantitativa vemos que contratar seguros empresariais na fase de planejamento do negócio é mais comum aos empreendedores do comércio



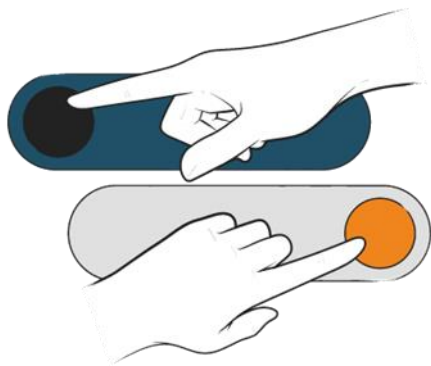
(+) Diariamente na empresa: 68,3%

	Total	Porte			Setor		
		MEI	ME	EPP	Comércio	Serviço	Indústria
Contratei um contador/ empresa de contabilidade	65,1%	62,7%	65,2%	75,0%	70,6%	54,5%	100,0%
Fiz um levantamento de quais seriam os custos da empresa	64,0%	58,8%	73,9%	66,7%	72,5%	51,5%	50,0%
Analisei a concorrência que minha empresa teria	50,0%	45,1%	60,9%	50,0%	52,9%	45,5%	50,0%
Busquei novos fornecedores	48,8%	41,2%	69,6%	41,7%	56,9%	39,4%	
Fiz um mapeamento de riscos do meu negócio	48,8%	39,2%	52,2%	83,3%	58,8%	33,3%	50,0%
Abri uma conta Pessoa Jurídica num banco	48,8%	45,1%	56,5%	50,0%	49,0%	45,5%	100,0%
Busquei pessoas para trabalhar comigo na minha empresa	40,7%	33,3%	47,8%	58,3%	43,1%	33,3%	100,0%
Conversei com outros empresários em busca de dicas e opiniões	36,0%	31,4%	52,2%	25,0%	41,2%	27,3%	50,0%
Aluguei um espaço para a empresa	34,9%	25,5%	47,8%	50,0%	41,2%	27,3%	
Falei com os clientes que eu já tinha antes de abrir a empresa	34,9%	33,3%	39,1%	33,3%	39,2%	30,3%	
Contratei um advogado/ assessoria jurídica	29,1%	23,5%	39,1%	33,3%	33,3%	21,2%	50,0%
Contratei algum tipo de seguro empresarial para o negócio	26,7%	13,7%	39,1%	58,3%	39,2%	9,1%	
Contratei algum tipo de seguro para as pessoas na empresa	20,9%	9,8%	30,4%	50,0%	19,6%	21,2%	50,0%
Consultei um corretor de seguros	12,8%	7,8%	21,7%	16,7%	17,6%	6,1%	
Não me lembro de ter feito nada disso	2,3%	3,9%				6,1%	
Base	86	51	23*	12*	51	33	2*

Os corretores falam que um dos principais gatilhos para a busca de um seguro são acontecimentos com empresas ou pessoas conhecidas



- O motivo central deste gatilho, seja roubo, incêndio ou outro sinistro, é mencionado pelo interessado no primeiro contato. A partir daí, o corretor realiza uma **investigação da natureza do negócio**, pois além da razão que levou a empresa a buscar por um seguro, podem existir outras coberturas que trarão maior tranquilidade para este futuro segurado.
- Nesta **avaliação de riscos**, indicam as cláusulas mais imprescindíveis, pois se o segurado deixar de contratar alguma cobertura importante, poderá ser pego de surpresa futuramente.
- Ao final, apresentam a **cobertura ideal**, aquela que possa suprir de forma satisfatória as necessidades deste cliente – nem sempre ele optará por contratar a solução mais completa, mas os cenários possíveis costumam ser bastante detalhados neste momento. O corretor realiza um trabalho de educar este cliente.



O que vamos ver aqui:

1. Início dos negócios e percepção de risco
- 2. Pensamento empresarial**
3. Conhecimento das soluções de proteção
4. A experiência atual com seguros empresariais
5. O significado dos seguros
6. Processos de escolha e contratação
7. Apoio aos corretores



Fatores financeiros estão no centro das preocupações dos micro e pequenos empresários



Perspectiva **Financeira**

Instabilidade da demanda
Cumprir compromissos financeiros
Manutenção e perda de clientes
Inadimplência dos clientes
Taxas e impostos
Mudanças governamentais
Furto do carro e carga *(pontual)*
Futuro e aposentadoria *(pontual)*



Perspectiva **Processos**

Alta dependência do empresário
Estar disponível 24 horas
Queda de energia *(pontual)*



Perspectiva **Pessoas**

Faltas no trabalho
Acidentes no trabalho *(pontual)*

O setor de serviços destaca-se frente aos demais pela preocupação superior do empresário com o seu futuro e possíveis acidentes de trabalho



Preocupações do empreendedor	Total	Setor		
		Comércio	Serviço	Indústria
Manter minha carteira de clientes	52,3%	58,8%	42,4%	50,0%
Ter dinheiro para cumprir com os compromissos financeiros da empresa	41,9%	49,0%	27,3%	100,0%
Inadimplência dos clientes	30,2%	33,3%	27,3%	
Custos com funcionários	30,2%	31,4%	30,3%	
Instabilidade da demanda, as vezes ter trabalho e as vezes não ter	29,1%	27,5%	33,3%	
Custos com infraestrutura (aluguel, água, luz, telefone, internet)	27,9%	35,3%	12,1%	100,0%
Garantir a qualidade do serviço/ produto que ofereço	25,6%	29,4%	21,2%	
A insegurança por causa de mudanças governamentais	23,3%	19,6%	27,3%	50,0%
Furto ou roubo da minha carga/ mercadoria	18,6%	23,5%	12,1%	
Vir à falência/ precisar fechar a empresa	15,1%	17,6%	12,1%	
Tudo na empresa depender só de mim	15,1%	15,7%	12,1%	50,0%
Qualidade/ prestação de serviço dos meus fornecedores	14,0%	13,7%	15,2%	
Me destacar frente aos concorrentes	11,6%	9,8%	15,2%	
Meu futuro/ minha aposentadoria	10,5%	2,0%	21,2%	50,0%
Precisar estar disponível para os clientes 24 horas por dia	9,3%	9,8%	6,1%	50,0%
Acidentes de trabalho	9,3%	2,0%	21,2%	
Qualidade e desenvolvimento técnico na minha equipe	9,3%	7,8%	12,1%	
Funcionários que faltam no trabalho (ausências justificadas ou não)	8,1%	9,8%	6,1%	
Satisfação dos funcionários com o ambiente de trabalho	7,0%	5,9%	9,1%	
Precisar estar disponível para os funcionários 24 horas por dia	4,7%	5,9%		50,0%
Nada disso representa uma preocupação para mim	5,8%	3,9%	9,1%	
Base	86	51	33	2*

De uma forma geral veem poucas formas de proteção diante de eventualidades, apenas nas perspectivas 'financeira' e 'pessoas'



Perspectiva Financeira

Instabilidade da demanda

Cumprir compromissos financeiros → *Fazer uma reserva, tentar guardar um pouco todo mês*

Manutenção e perda de clientes

Inadimplência dos clientes → *Fazer consulta do CNPJ antes da venda*

Taxas e impostos

Mudanças governamentais

Furto do carro e carga (pontual) → *Seguro auto*

Futuro e aposentadoria (pontual) → *Seguro de vida e plano de previdência privada*

De uma forma geral veem poucas formas de proteção diante de eventualidades, apenas nas perspectivas 'financeira' e 'pessoas'



Perspectiva **Pessoas**

Faltas no trabalho



Ter mais de um profissional autônomo para a função

Acidentes no trabalho (*pontual*)



Fazer treinamentos de conscientização reforçando cuidado (prevenção)

- A preocupação e sentimento de proteção das pessoas é maior quando o empresário tem funcionários em **regime CLT**. Nestes casos o empresário se sente responsável pela saúde e condições de trabalho do funcionário e **podem surgir** as ofertas de seguro **saúde** e seguro de **vida** e contra **acidentes pessoais** – a depender da cultura de seguro do empresário.

O que vamos ver aqui:

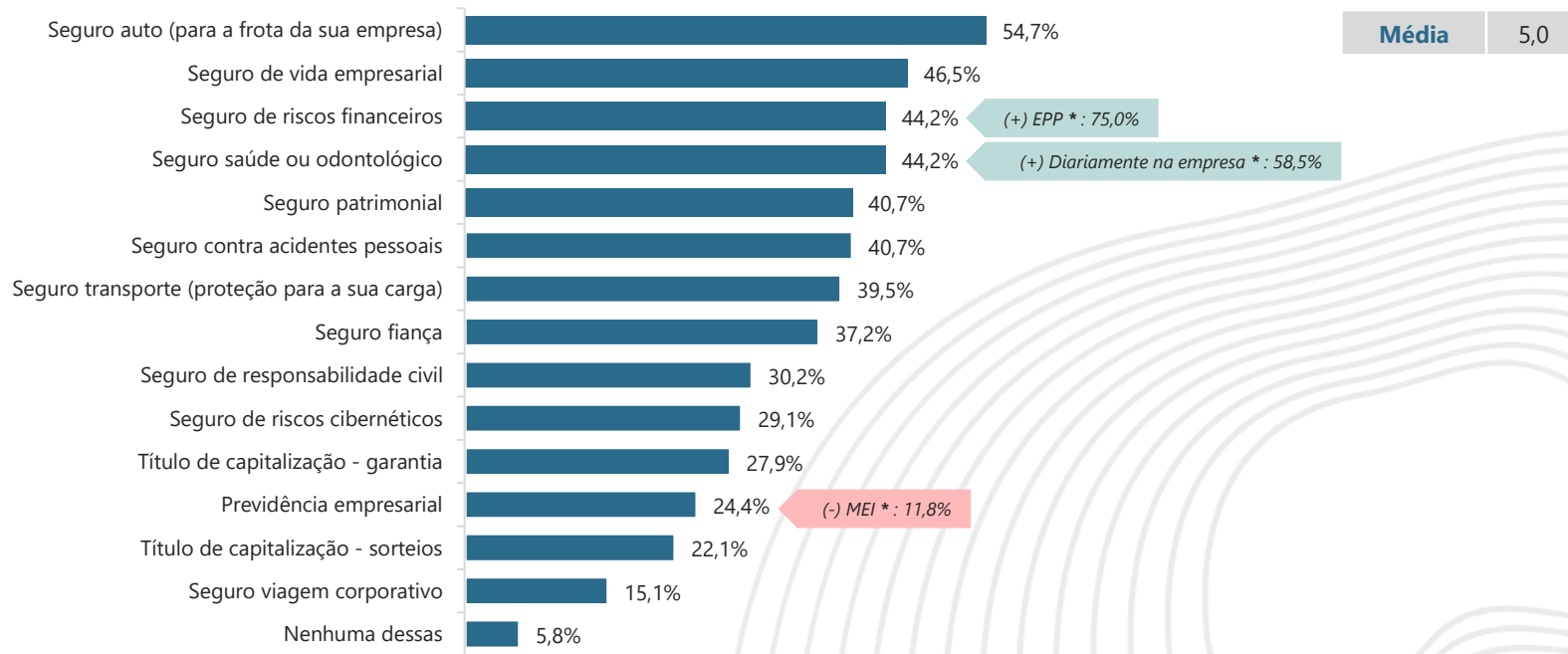
1. Início dos negócios e percepção de risco
2. Pensamento empresarial
- 3. Conhecimento das soluções de proteção**
4. A experiência atual com seguros empresariais
5. O significado dos seguros
6. Processos de escolha e contratação
7. Apoio aos corretores



Cada empresário conhece em média 5 soluções de seguros para empresas; o porte ou a atuação do dono na empresa sugerem influência no assunto



Quais dessas soluções você conhece ou já ouviu falar?



Base: 86

Há oportunidades a explorar na divulgação de algumas ofertas para os empresários



Seguro auto

(para a frota da sua empresa)

"Frota pressupõe caminhão? Automóvel ou pequenos furgões também entram?"

Seguro transporte

(proteção para a sua carga)

"O ressarcimento é feito em produto ou em dinheiro? Cobre o valor total da nota?"

Seguro saúde

"Pode ser feito para os sócios apenas, mesmo não tendo funcionários?"

- Pois estas três soluções, ao serem apresentadas, geram algumas dúvidas imediatamente.

E dado o fato de as principais preocupações do público serem financeiras, algumas ofertas (hipotéticas?) surgem



Seguro **equipamento**, por exemplo, eles vêm, fazem uma vistoria na máquina, e se ela quebrasse o seguro cobria. Porque a gente fala de carro, de pessoas, fala de tudo, mas nunca fala de equipamentos, de maquinário. Seria uma coisa a mais... (Indústria – ME)



De repente um seguro se a pessoa ficar **uns 3 ou 4 meses com dificuldade** ter o seguro, ter um apoio. Gostaria de saber os termos, que tipo de inconsistência do mercado, qual seria o gatilho para estar acionando isso (Comércio – EPP)



Eu tive um problema com o rapaz que machucou o dedo, o seguro cobre, mas poderia ter algum apoio **jurídico** também, seria interessante (Indústria – ME)



Não sei se existe algum seguro assim: se eu **perder todos os clientes**, se meu marido **ficar doente**, se eu consigo ter um seguro assim de ficar um tempo sem trabalho (Serviço – MEI)



Talvez algum seguro de **falência** (Comércio – ME)

Há necessidade de se explorar as ofertas empresariais junto aos corretores também e quatro situações resumem o principal contexto de cada solução:



CORRETORES

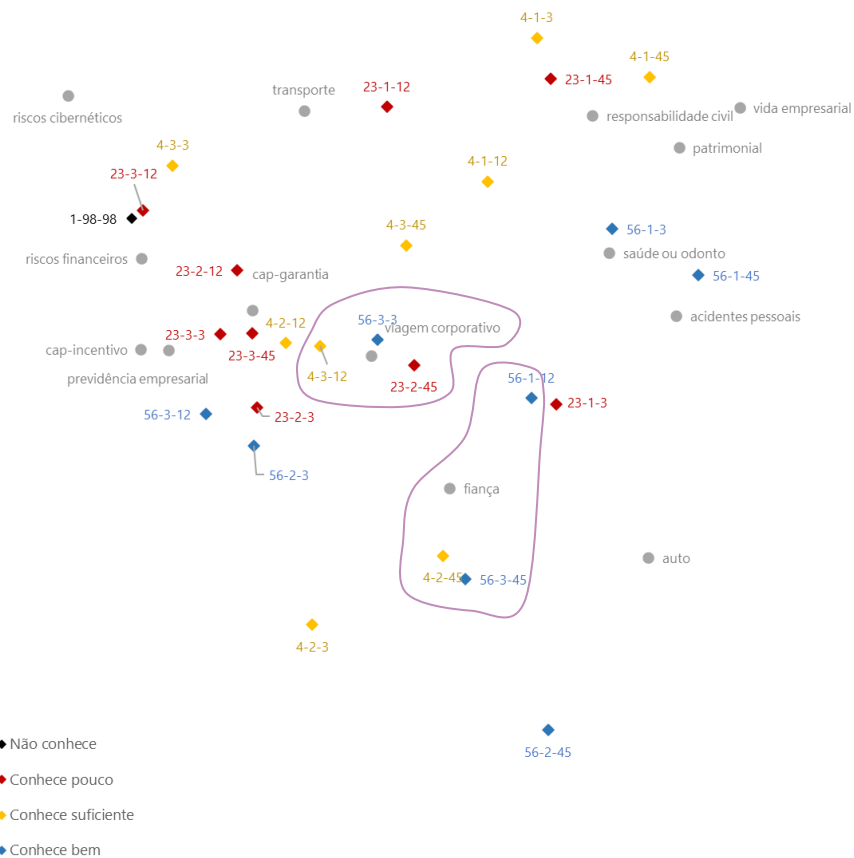
				auto	vida empresarial	saúde ou odontológico	acidentes pessoais	viagem corporativo	previdência empresarial	transporte	riscos cibernéticos	riscos financeiros	responsabilidade de civil	fiança	patrimonial	capitalização (garantia)	capitalização (incentivo)	
→	1-98-98	Não conhece		5,2%	1,7%	8,5%	4,2%	16,5%	25,9%	22,0%	44,9%	37,6%	6,0%	12,1%	8,3%	23,4%	38,2%	
	23-1-12	Conhece pouco	Comercializa		2,5%	1,7%	0,8%	1,8%	1,9%	1,8%	2,8%	2,0%	3,4%	2,8%	0,8%	0,9%	1,0%	
	23-1-3	Conhece pouco	Comercializa		1,7%	3,4%	2,5%			0,9%				2,8%		0,9%	2,0%	
	23-1-45	Conhece pouco	Comercializa		1,7%		0,8%	0,9%	0,9%	0,9%			1,7%	0,9%	2,5%	0,9%	1,0%	
	23-2-12	Conhece pouco	Já comercializou			0,8%	1,7%	2,5%	1,8%	7,4%	6,4%	2,8%	3,0%	3,7%	1,7%		3,9%	
	23-2-3	Conhece pouco	Já comercializou		0,9%		0,8%		3,7%	1,9%	1,8%	1,9%	2,0%	2,6%	3,7%		4,5%	
	23-2-45	Conhece pouco	Já comercializou		0,9%	1,7%	1,7%	0,8%	0,9%	0,9%	1,8%	1,0%		1,9%	0,8%	1,8%	2,0%	
→	23-3-12	Conhece pouco	Nunca comercializou	Difícil vender	3,4%		5,1%	1,7%	8,3%	13,0%	14,7%	20,6%	10,9%	1,7%	5,6%	1,7%	10,8%	11,8%
	23-3-3	Conhece pouco	Nunca comercializou	Neutro vender	2,6%	1,7%	2,5%	0,8%	4,6%	6,5%	7,3%	4,7%	5,9%	0,9%	4,7%	0,8%	8,1%	5,9%
	23-3-45	Conhece pouco	Nunca comercializou	Fácil vender	1,7%	0,8%	2,5%	1,7%	2,8%	4,6%	1,8%	2,8%	5,0%	3,4%	1,9%	0,8%	6,3%	5,9%
	4-1-45	Conhece suficiente	Comercializa	Fácil vender	3,4%	10,2%	4,2%	7,5%	4,6%		7,3%	0,9%		7,7%	3,7%	6,7%	3,6%	
	4-1-3	Conhece suficiente	Comercializa	Neutro vender	5,2%	5,9%	0,8%	0,8%	1,8%	1,9%	7,3%	2,8%	3,0%	12,8%	3,7%	6,7%	1,8%	1,0%
	4-1-12	Conhece suficiente	Comercializa	Difícil vender	0,9%	2,5%	2,5%	1,7%		0,9%		0,9%	3,0%	3,4%	1,9%	1,7%	2,7%	1,0%
	4-2-3	Conhece suficiente	Já comercializou	Neutro vender	4,3%		0,8%	1,7%	2,8%	3,7%	1,8%	0,9%	3,0%	4,7%	1,7%		4,5%	3,9%
	4-2-12	Conhece suficiente	Já comercializou	Difícil vender		1,7%	0,8%	0,8%	0,9%	1,9%	1,8%	0,9%	5,0%	1,7%	4,7%		3,6%	1,0%
	4-2-45	Conhece suficiente	Já comercializou	Fácil vender	1,7%	0,8%		0,8%	0,9%	0,9%	0,9%			0,9%	0,9%		2,0%	
	4-3-12	Conhece suficiente	Nunca comercializou	Difícil vender			2,5%	3,3%	3,7%	3,7%	0,9%	1,9%	2,0%	2,6%	1,9%		2,7%	2,0%
	4-3-3	Conhece suficiente	Nunca comercializou	Neutro vender			0,8%	2,8%	2,8%	0,9%	2,8%	1,0%	1,7%			0,9%	1,0%	
	4-3-45	Conhece suficiente	Nunca comercializou	Fácil vender	0,9%	0,8%		0,8%	1,8%	1,9%		0,9%	2,0%		2,5%			
→	56-1-45	Conhece bem	Comercializa	Fácil vender	44,8%	46,6%	42,4%	45,8%	20,2%	2,8%	14,7%	0,9%	5,9%	34,2%	25,2%	49,2%	11,7%	3,9%
→	56-1-3	Conhece bem	Comercializa	Neutro vender	6,9%	15,3%	13,6%	12,5%	6,4%	5,6%	3,7%	2,8%	1,0%	6,0%	5,6%	10,0%	4,5%	3,9%
	56-1-12	Conhece bem	Comercializa	Difícil vender	6,0%	2,5%	3,4%	2,5%	1,8%	2,8%	2,8%		2,6%	0,9%	1,7%	0,9%		
	56-2-45	Conhece bem	Já comercializou	Fácil vender	6,0%		0,8%	3,3%	3,7%	2,8%			1,0%	1,7%	1,9%	1,7%		1,0%
	56-2-3	Conhece bem	Já comercializou	Neutro vender				0,8%	0,9%	2,8%			2,0%	1,7%	1,9%	0,8%	2,7%	2,0%
	56-2-12	Conhece bem	Já comercializou	Difícil vender	1,7%									2,8%				
	56-3-12	Conhece bem	Nunca comercializou	Difícil vender	0,9%				3,7%	2,8%		0,9%	2,0%	1,7%			1,8%	1,0%
	56-3-45	Conhece bem	Nunca comercializou	Fácil vender	2,6%	0,8%		0,8%	0,9%		0,9%			0,9%				2,9%
	56-3-3	Conhece bem	Nunca comercializou	Neutro vender					1,8%				0,9%				0,9%	



Num cenário mais crítico – menos conhecidos, não comercializados atualmente e mais difíceis de vender, estão os seguros contra **riscos financeiros** e **cibernéticos**.

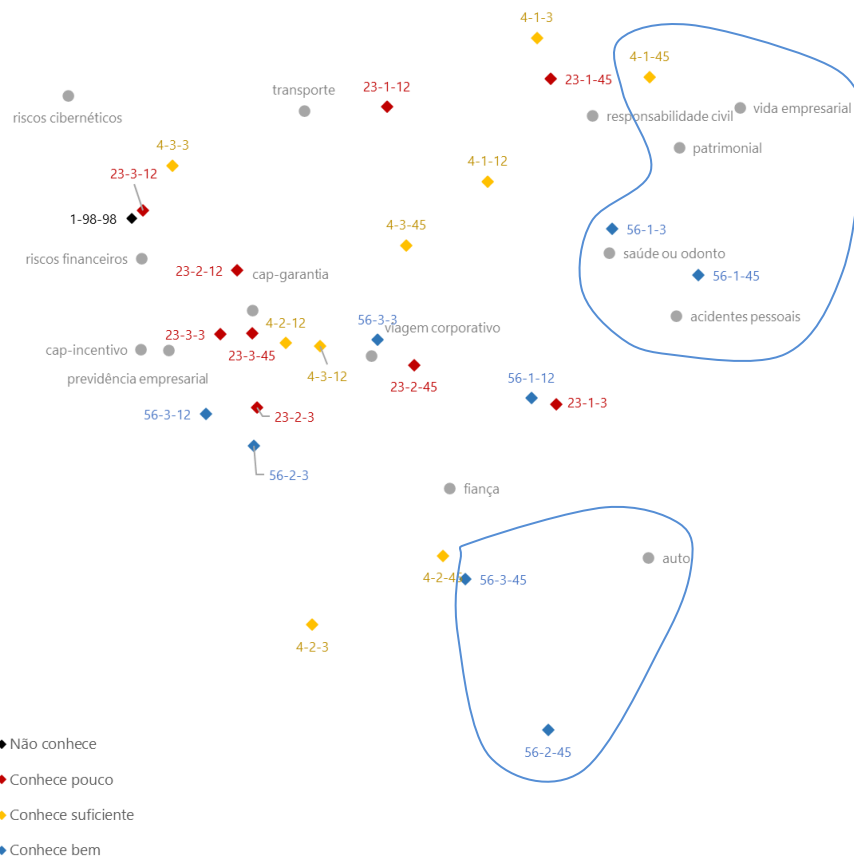
Depois deles, ainda em posição crítica, estão os títulos de **capitalização** e **previdência empresarial** e o seguro **transporte** (este último com a vantagem de ser comercializado atualmente mais do que os demais).

O seguro de **responsabilidade civil** tem a vantagem de ser considerado fácil de vender, mas indica oportunidade para ser mais e melhor conhecido.



O seguro **viagem corporativo** é dissonante entre os corretores, figurando em posição intermediária e se apropriando de espaços com significados variados, mas em comum o fato de não ser comercializado.

Outro que de numa visão geral ocupa posição intermediária que requer entendimento é o **seguro fiança**: se posiciona entre “comercializado atualmente e difícil de vender” e “não comercializado atualmente e fácil de vender”.



Os seguros de **vida empresarial**, **patrimonial**, **saúde** ou **odontológico** e contra **acidentes pessoais** se posicionam em um cenário positivo, comercializados atualmente e considerados fáceis de vender.

Na comparação entre as quatro soluções, **saúde e odontológico e patrimonial** ficam mais à esquerda, indicando mais corretores que mencionam não conhecê-los.

Para **patrimonial** e **vida empresarial** há ainda oportunidade de ampliar o conhecimento do corretor, já que têm em seu território a situação de conhecer o suficiente para vender (e não conhecer bem).

A oportunidade aberta para os corretores sugerirem novas soluções reforça algum grau de desconhecimento sobre as ofertas atuais



- “Seguros contra **ataques hacker**, proteção de dados”
- “**Stoploss**”
- “Opções de seguros **conjugados**, visando baratear custos”
- “Mais seguro **saúde pré-pago**”
- “Seguro para **operações financeiras** (saques indevidos e transferências) referente conta corrente e investimentos para pessoa física, independente da instituição financeira, um único seguro para tudo”
- “**RC Garagista**”
- “Uma cobertura de **proteção ao caixa** na sazonalidade”
- “**Lucros cessantes** para pequenas empresa, com valor diário pré estipulado pela interrupção do negócio, sem muita burocracia, fixado pelo porte da empresa”
- “Um seguro **combinado** como uma SOLUÇÃO para determinadas profissões: Ex: médico - uma solução profissional que integrasse: VIDA; DIT; RC”
- “Seguro contra **alagamento** na cobertura básica dos REs... assim dilui o risco e todos poderiam ser atendidos.. nem que com aplicação de franquias”

O que vamos ver aqui:

1. Início dos negócios e percepção de risco
2. Pensamento empresarial
3. Conhecimento das soluções de proteção
- 4. A experiência atual com seguros empresariais**
5. O significado dos seguros
6. Processos de escolha e contratação
7. Apoio aos corretores

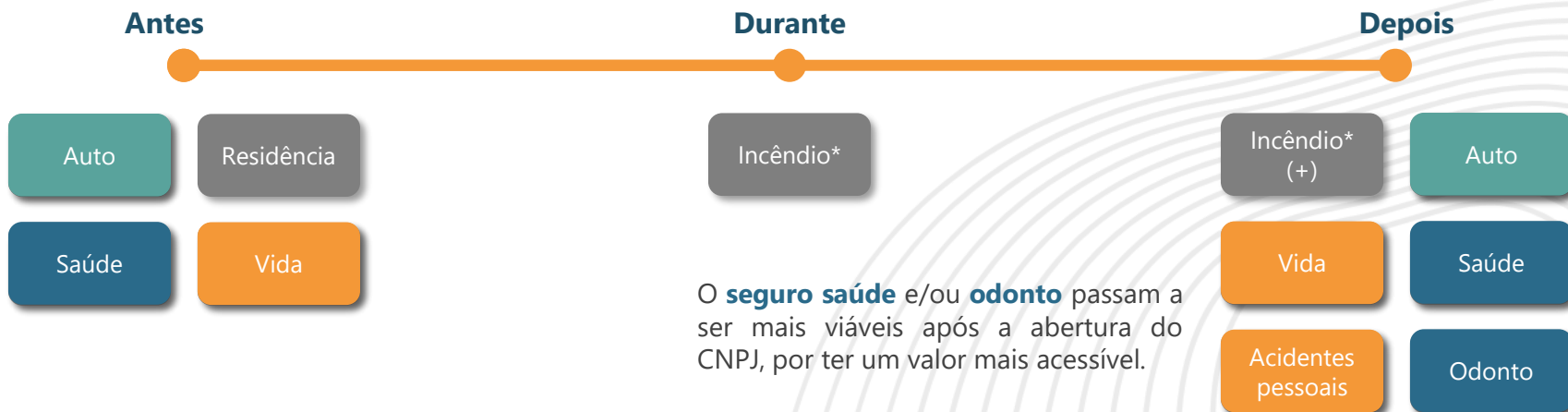


A proposta de valor dos seguros, de uma forma geral, já é percebida antes de tornarem-se empresários



O **seguro auto** é quase obrigatório e essa necessidade é projetada para o carro corporativo naturalmente.

Exceto quando obrigatório em função da CLT, é após viver alguma eventualidade e suas consequências que a percepção de valor do seguro contra **acidentes pessoais** ou **de vida** (para funcionários) fica mais evidente, mesmo que o empresário já tenha para si.



O **seguro saúde** e/ou **odonto** passam a ser mais viáveis após a abertura do CNPJ, por ter um valor mais acessível.

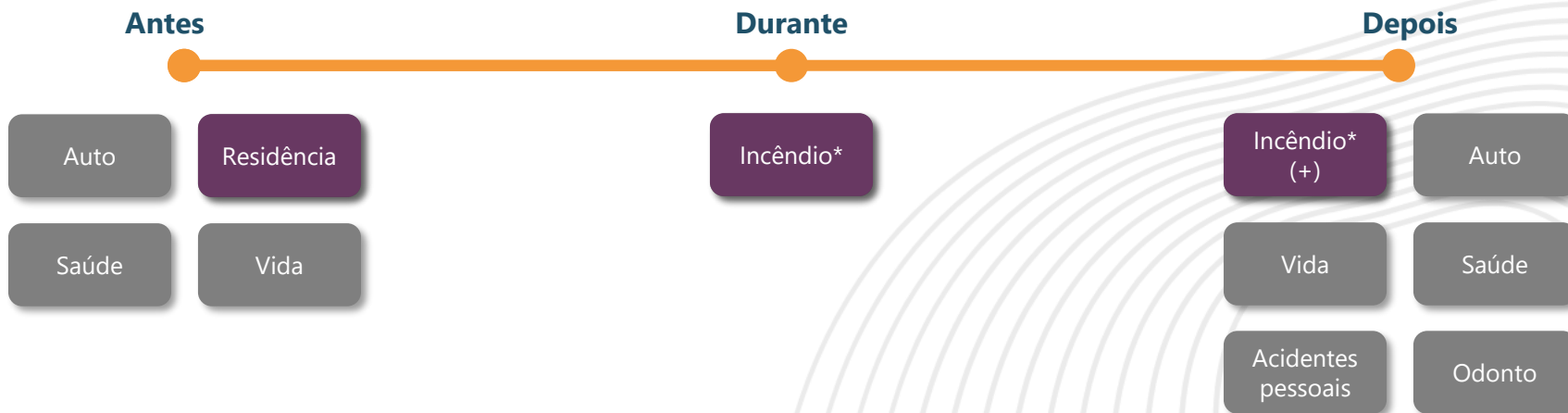
- Nota: para participação na pesquisa os entrevistados deveriam obrigatoriamente ter alguma oferta de seguro empresarial
- *O entrevistado declara incêndio e, eventualmente, outras coberturas assistências, mas não diz seguro patrimonial

A proposta de valor dos seguros, de uma forma geral, já é percebida antes de tornarem-se empresários



Por fim, o seguro contra **incêndio** pode ser exigido no momento de locação do imóvel.

A contratação pode estar associada também ao fato de o empresário ter seguro residencial, projetando a proteção contra **incêndio**, principalmente, e danos na sua casa e bens na sua empresa e ativos (matéria-prima, mercadorias, maquinário, etc).



- Nota: para participação na pesquisa os entrevistados deveriam obrigatoriamente ter alguma oferta de seguro empresarial
- *O entrevistado declara incêndio e, eventualmente, outras coberturas assistências, mas não diz seguro patrimonial

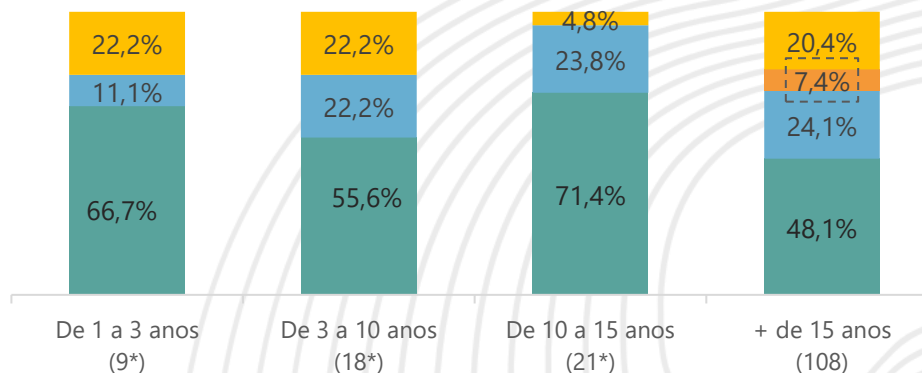
53% dos corretores têm processos de prospecção de clientes PJ, chegando a 79% entre aqueles com carteira PJ maior



• Prospecção de clientes PJ



- Sim, realizo esta atividade com regularidade (+) carteira PJ 50% + : 79,3%
- Realizei no passado e pretendo retomar esta atividade em breve
- Não, eu nunca prospectei clientes pessoa jurídica (+) carteira PJ até 30%: 33,0%
- Realizei no passado, mas não tenho planos de voltar a prospectar no momento



Base: 156

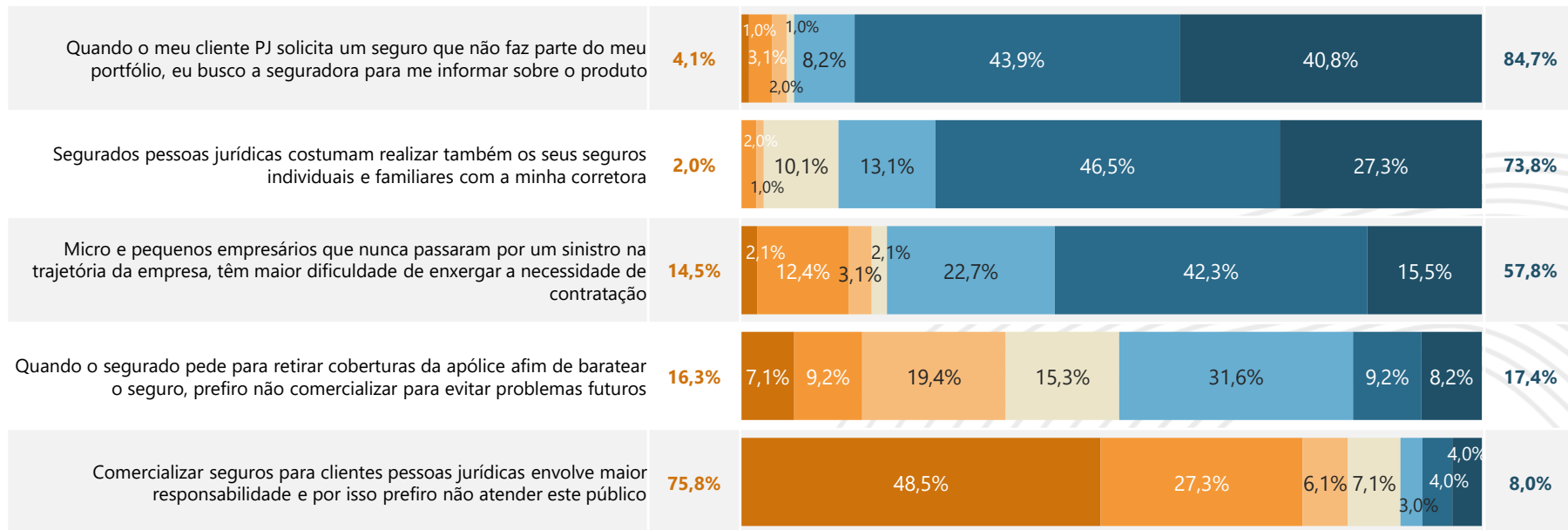
Tempo da corretora



Os corretores se mostram abertos a trabalhar as soluções empresariais



CORRETORES



■ Discordo totalmente
 ■ Discordo
 ■ Discordo parcialmente
 ■ Nem concordo, nem discordo
 ■ Concordo parcialmente
 ■ Concordo
 ■ Concordo totalmente

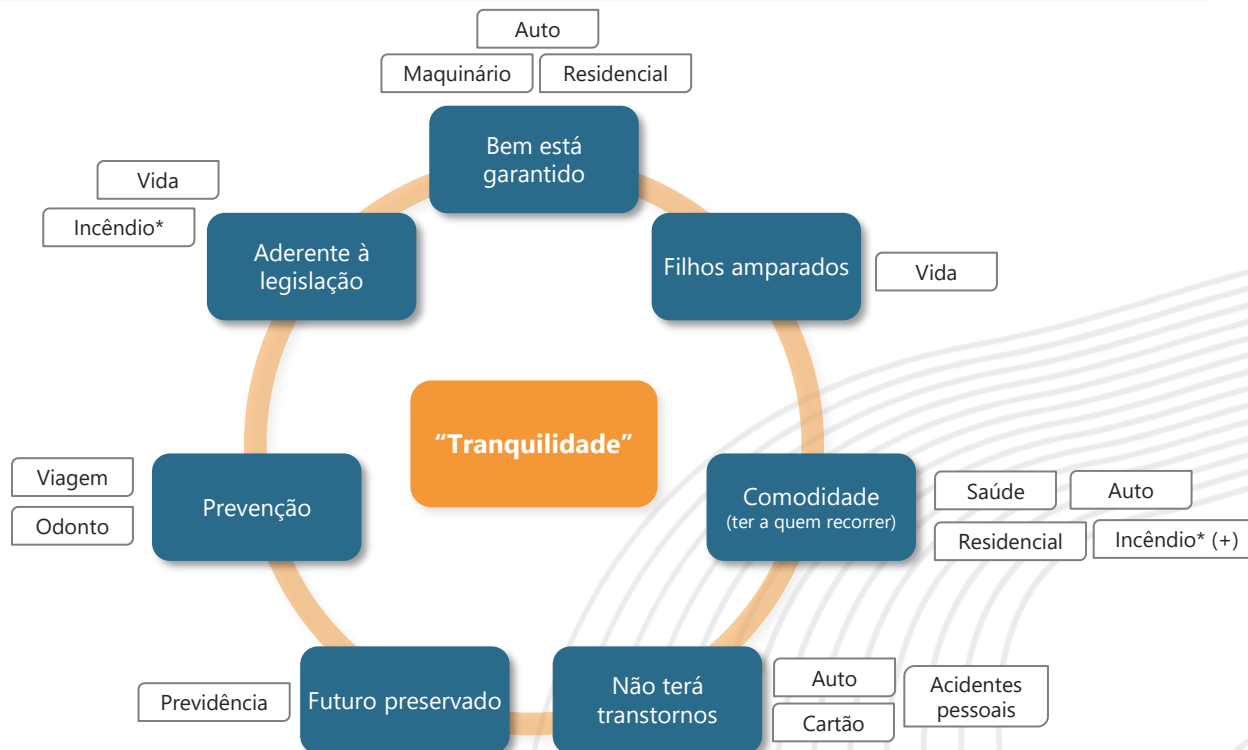
Base: 98

O que vamos ver aqui:

1. Início dos negócios e percepção de risco
2. Pensamento empresarial
3. Conhecimento das soluções de proteção
4. A experiência atual com seguros empresariais
- 5. O significado dos seguros**
6. Processos de escolha e contratação
7. Apoio aos corretores



Seguro para estes empresários é investir em tranquilidade

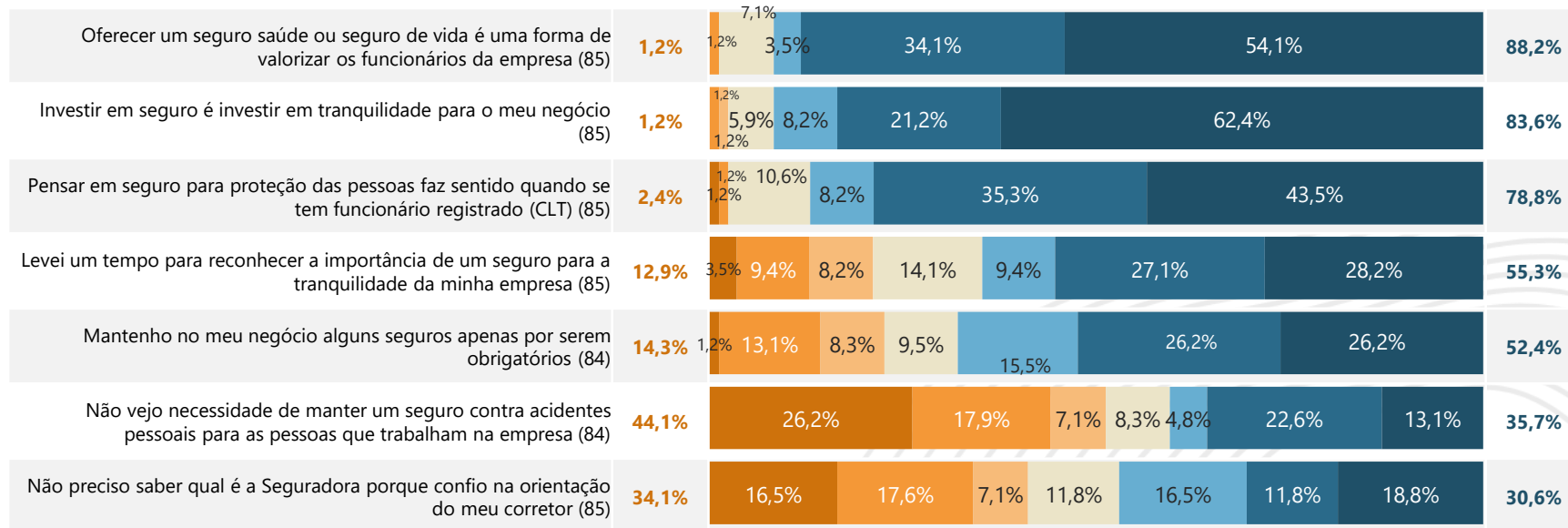


- Nota: para participação na pesquisa os entrevistados deveriam obrigatoriamente ter alguma oferta de seguro empresarial
- *O entrevistado declara incêndio e, eventualmente, outras coberturas assistências, mas não diz seguro patrimonial

Os empresários reconhecem seguros como forma de valorização do funcionário e tranquilidade, mas também associam mais à funcionários CLT

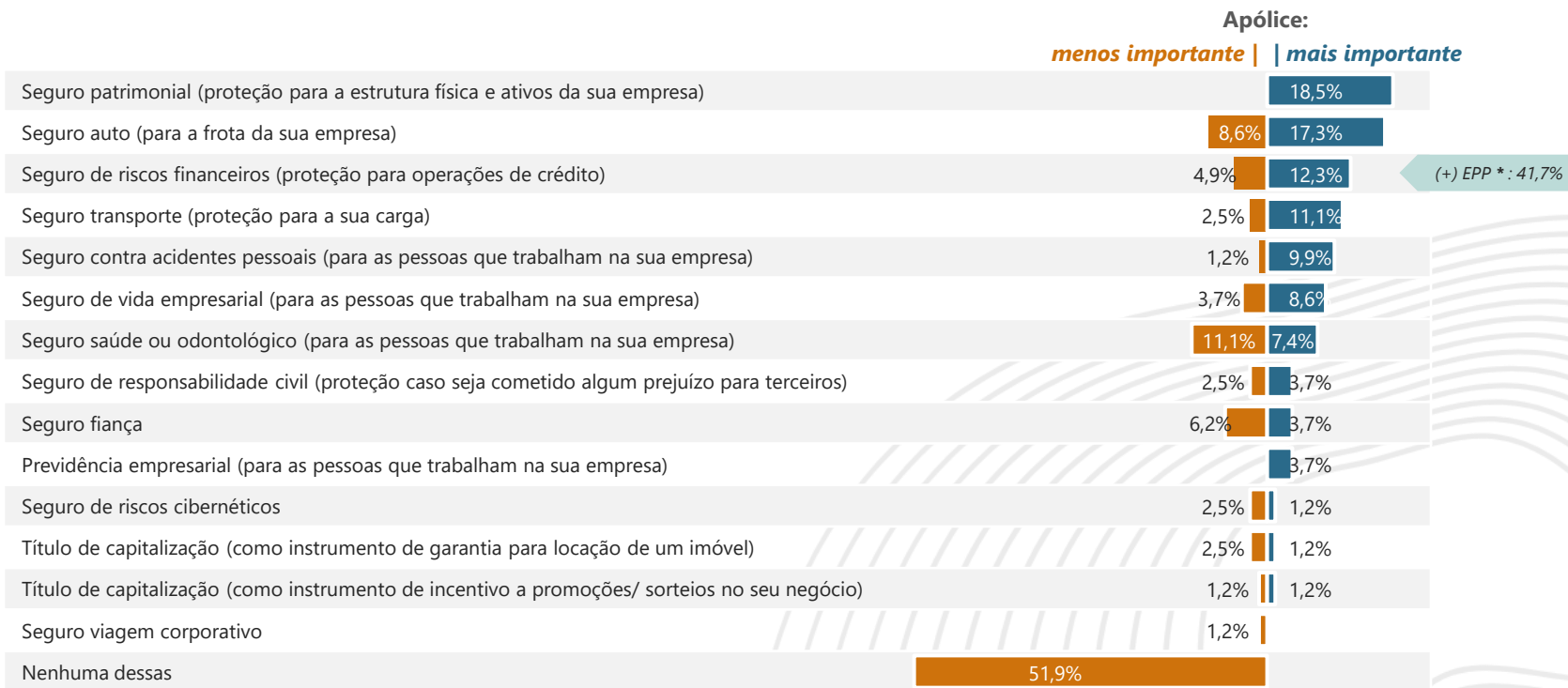


EMPRESÁRIOS



■ Discordo totalmente
 ■ Discordo
 ■ Discordo parcialmente
 ■ Nem concordo, nem discordo
 ■ Concordo parcialmente
 ■ Concordo
 ■ Concordo totalmente

Mais de 50% da amostra não abriria mão de apólice alguma; destaque para o seguro patrimonial, que não é mencionado como menos importante



Base: 81

Não perceber necessidade de outras proteções é o que justifica o baixo interesse pela contratação de novas soluções



	Total
Está satisfeito com os seguros que possui atualmente	21,9%
Não vê necessidade, hoje / não é o momento	15,6%
Falta de recursos / budget	12,5%
Vai avaliar sua necessidade / está pensando	9,4%
Precisa pesquisar o mercado / desconhece as opções	9,4%
Dependerá do valor	3,1%
Não sabe se é necessário / se irá precisar	3,1%
Não tem interesse	3,1%
Não confia na seguradora	3,1%
Não respondeu	18,8%
Base	32

O que vamos ver aqui:

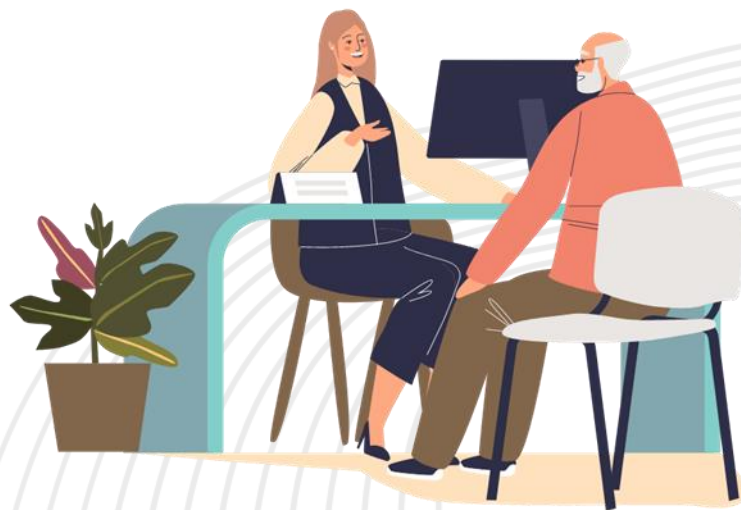
1. Início dos negócios e percepção de risco
2. Pensamento empresarial
3. Conhecimento das soluções de proteção
4. A experiência atual com seguros empresariais
5. O significado dos seguros
- 6. Processos de escolha e contratação**
7. Apoio aos corretores



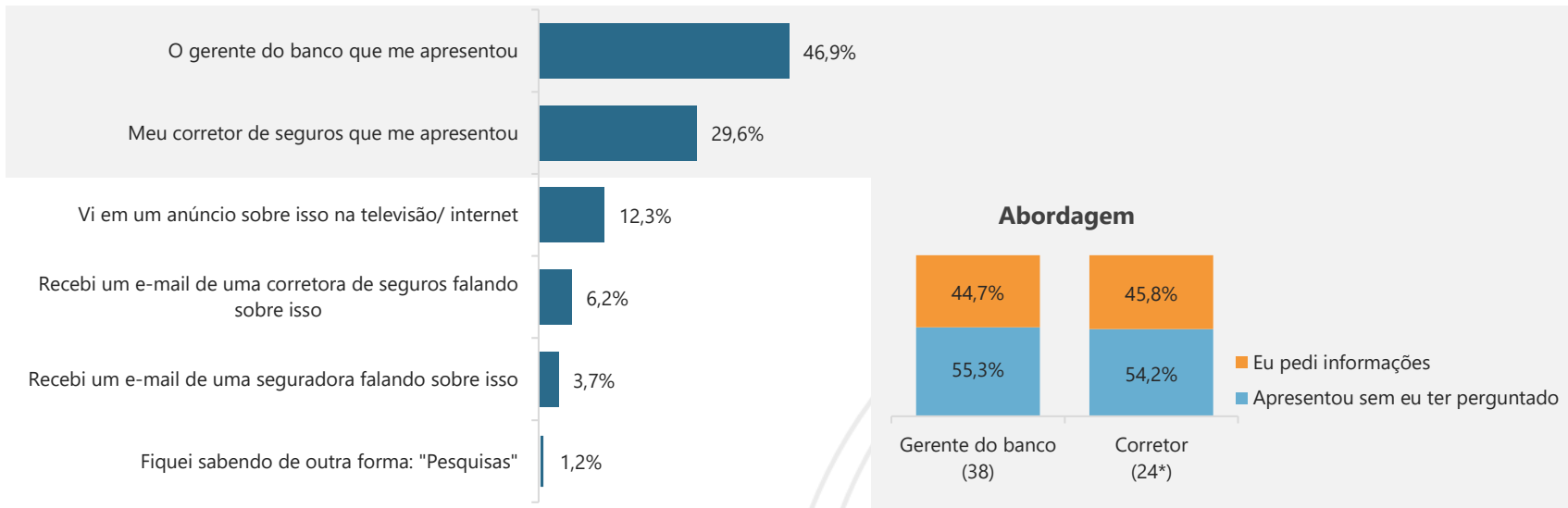
O primeiro contato com esta linha de seguros é feito através do gerente bancário ou do corretor de seguros da sua confiança



- Uma vez aberta uma conta bancária PJ os empresários já começam a ser prospectados para seguros pelos **gerentes**, por isso este talvez seja o **principal** canal de divulgação.
- Os **corretores de seguros** também atuam como **canal de divulgação** (buscando o empresário para falar sobre o tema) ou como **fonte de informação** (sendo buscados pelo empresário).
 - São profissionais conhecidos pelos empresários, em função dos seguros de automóveis



Quantificando este cenário vemos que os gerentes de banco aparecem como principais divulgadores das soluções de seguro empresarial



Base: 81

O hábito dos corretores é principalmente apresentar mais de uma proposta, de mais de uma seguradora, para avaliação do cliente



	Uma única cotação	Mais de uma cotação da mesma seguradora
Uma única seguradora	4,3%	8,5%
Mais de uma seguradora	15,4%	71,8%
Base	117	

carteira PJ até 30%: 60,9%
carteira PJ 50%+: 87,2%

E o que direciona a escolha pelo canal de contratação por parte do empresário são, principalmente, confiança e segurança

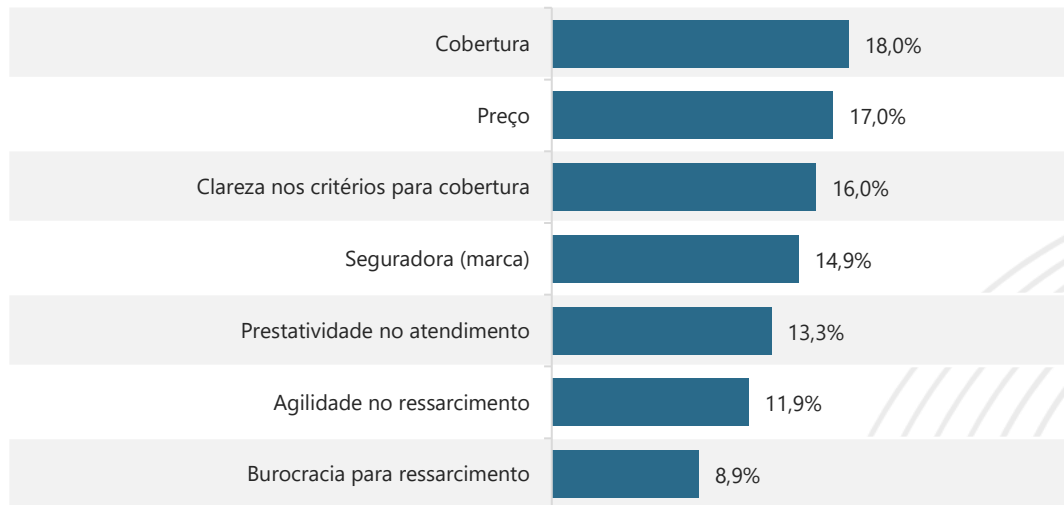


	Gerente do banco	Corretor que já me atendia	Corretor que não conhecia ainda	Diretamente da seguradora
Considera mais prático	6,4%	0,8%	7,7%	
Considera a melhor forma / melhor opção	2,6%	4,9%	11,5%	4,8%
Atendimento: satisfação com as informações transmitidas	5,1%	0,8%	3,8%	
Confiança / relacionamento / já conhecia	16,7%	24,4%		
Por segurança / considera mais seguro	16,7%	24,4%	3,8%	11,9%
Facilidade / considera mais fácil / comodidade	3,8%	4,9%	23,1%	14,3%
Preço / tarifas / condições	10,3%	8,9%	7,7%	11,9%
Benefícios / vantagens oferecidas / gostou da proposta	10,3%	4,9%		4,8%
Atendimento - em geral			3,8%	
Por gostar /preferência		0,8%	7,7%	
Coberturas / abrangência		2,4%		4,8%
Mais opções disponíveis	1,3%	0,8%		7,1%
Necessidade / atendeu às necessidades	5,1%	9,8%		9,5%
Boa prestação de serviços	1,3%	8,9%		2,4%
Melhor custo-benefício	2,6%			4,8%
Mais agilidade / mais rápido	1,3%			4,8%
Foi sua única solução			3,8%	2,4%
Indicação				2,4%
Não respondeu	16,7%	3,3%	26,9%	14,3%
Base	78	123	26	42

As coberturas, o preço e a clareza nos critérios para cobertura são os três aspectos mais importantes da escolha de um seguro empresarial, superando a marca (seguradora)



Aspectos mais importantes na escolha e contratação ranking ponderado



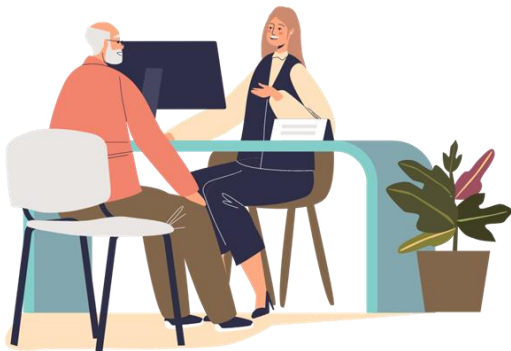
Base: 86

- A marca tem uma importância superior entre aqueles sócios que não atuam nas empresas.
- 4,7% dos empresários afirmaram que nenhuma destas características é importante durante o processo de contratação de um seguro empresarial.

(Fase Quanti) P13. Abaixo estão listadas algumas características que podem ser levadas em conta no momento da escolha e contratação de um seguro empresarial. Pensando na sua empresa, ordene-os do mais importante para o menos importante na sua opinião:

Existe uma seguradora de preferência do público PJ?

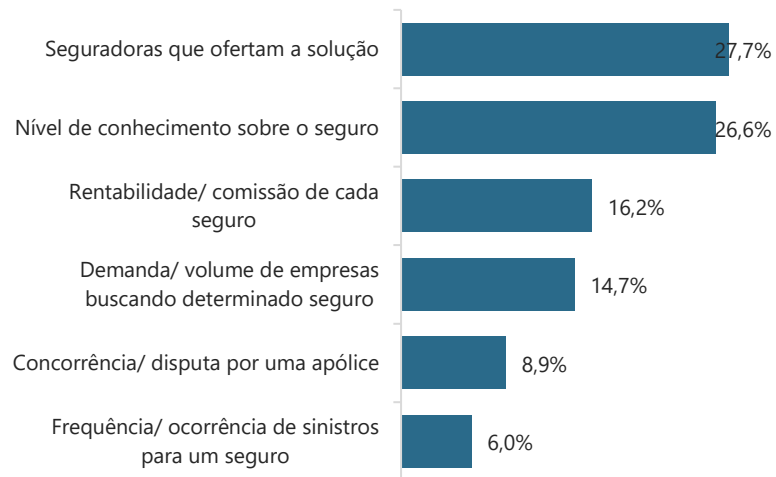
- Os corretores respondem e a resposta é unânime: não.
- Corretores trabalham para construir uma **relação de confiança com seus segurados**: o objetivo é que este cliente estabeleça vínculos com a corretora e não com uma companhia específica
 - Relatam que é raro os clientes solicitarem cotação em uma seguradora, especificamente.
- A **escolha das seguradoras** com as quais os corretores irão trabalhar ocorre ao longo de sua carreira a partir das experiências vivenciadas.
- Os **corretores assumem a responsabilidade** da indicação, pois estão certos da credibilidade de seus parceiros:



As seguradoras lideram o ranking de influência na montagem do seu portfólio PJ, seguidas pelo nível de conhecimento, e todos os aspectos são igualmente relevantes na escolha das seguradoras com as quais trabalhar



Aspectos mais importantes na escolha do portfólio ranking ponderado



Aspectos mais importantes na escolha das seguradoras ranking ponderado

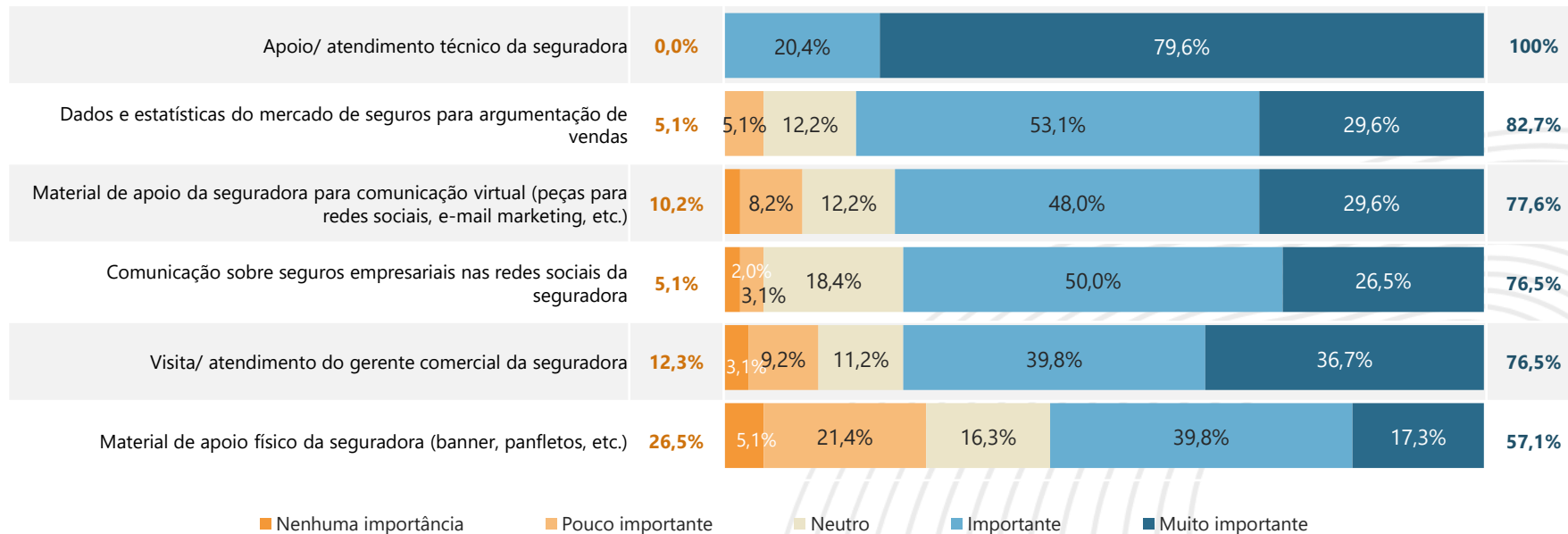


O que vamos ver aqui:

1. Início dos negócios e percepção de risco
2. Pensamento empresarial
3. Conhecimento das soluções de proteção
4. A experiência atual com seguros empresariais
5. O significado dos seguros
6. Processos de escolha e contratação
7. **Apoio aos corretores**



Importância dos recursos para o corretor



Base: 98

(Fase Quanti) P11. Como você classifica a importância destes recursos no seu dia a dia como corretor de seguros empresariais: (RU)

Obrigada :)

maena
INTELIGÊNCIA ANALÍTICA

maena-ia.com.br

daniela.benetti@maena-ia.com.br | isa.moema@maena-ia.com.br

(11) 9 9357 9675 | (11) 9 9425 0600





Obrigado! Conheça nossos canais:



WhatsApp



cnseg.org.br



noticiasdoseguro.org.br

Dúvidas? Entre em contato: estudos@cnseg.org.br

Obrigada

