

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA-UFPB  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS -CCSA  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO –CADM

**PLANO DE NEGÓCIOS – INOVE PB CORRETORA DE SEGUROS**

JOHNRANNYS VINICIUS AVELINO PEREIRA

João Pessoa

Julho 2017

JOHNRANNYS VINICIUS AVELINO PEREIRA

## **PLANO DE NEGÓCIOS – INOVE PB CORRETORA DE SEGUROS**

Trabalho de curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba/ UFPB.

**Professor Orientador:** Márcio Roberto S. Carneiro

João Pessoa

Julho 2017

## **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

P436p Pereira, Johnrannys Vinicius Avelino.

Plano de negócios: Inove PB corretora de seguros /  
Johnrannys Vinicius Avelino Pereira. – João Pessoa, 2018.  
46f.: il.

Orientador(a): Profº Me. Márcio Roberto Sousa Carneiro.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Empreendedorismo. 2. Mercado de seguros . 3.  
Percepção do corretor de seguros. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

Gerada pelo Catalogar - Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica  
do CCSA/UFPB, com os dados fornecidos pelo autor(a)

## **Folha de aprovação**

Plano de negócios apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração.

**Aluno:** Johnrannys Vinicius Avelino Pereira

**Trabalho:** Plano de negócios – Inove PB Corretora de Seguros

**Área da pesquisa:** Empreendedorismo

**Data da aprovação:** \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

**Nota:** \_\_\_\_\_

### **Banca examinadora**

---

Prof. Me. Márcio Roberto Sousa Carneiro

---

Membro 1

---

Membro 2

Dedico esse trabalho a minha família e aos meus amigos que tanto me incentivaram até aqui. A todos vocês meu muito obrigado.

## **LISTA DE QUADROS**

<b>QUADRO 1 – Análise da tabulação cruzada .....</b>	<b>22</b>
<b>QUADRO 2 – Principais corretores ativos na cidade de Guarabira .....</b>	<b>24</b>
<b>QUADRO 3 – Principais Seguradoras atuantes no Estado da Paraíba .....</b>	<b>25</b>
<b>QUADRO 4 – Produtos e serviços ofertados.....</b>	<b>27</b>

## **LISTA DE TABELAS**

<b>TABELA 1 – Idade, sexo, estado civil e renda familiar.....</b>	<b>18</b>
<b>TABELA 2 – Residência fixa e profissão.....</b>	<b>18</b>
<b>TABELA 3 – Comportamento dos clientes.....</b>	<b>19</b>
<b>TABELA 4 – Tabulação cruzada: renda x possui /não possui seguro.....</b>	<b>20</b>
<b>TABELA 5 – Tabulação cruzada: profissão x motivos para aquisição/ não aquisição do seguro.....</b>	<b>21</b>
<b>TABELA 6 – Corretores ativos no Nordeste. ....</b>	<b>23</b>

## **LISTA DE FIGURAS**

<b>FIGURA 1 – <i>Layout</i> da INOVE CORRETORA DE SEGUROS.....</b>	<b>30</b>
--	-----------

## **LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS**

CNSEG	Confederação Nacional das Seguradoras
DETRAN	Departamento Estadual de Trânsito
FUNENSEG	Escola Nacional de Seguros
FENACOR	Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas
SUSEP	Superintendência de Seguros Privado

<b>1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>08</b>
1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio .....	08
1.2 Dados dos empreendedores .....	08
1.3 Dados do empreendimento .....	09
1.4 Missão da empresa.....	09
1.5 Visão da empresa .....	09
1.6 Valores da empresa.....	09
1.7 Forma jurídica .....	09
1.8 Setores de atividade .....	10
1.9 Forma jurídica.....	10
1.10 Enquadramento tributário .....	10
1.11 Capital social .....	10
1.12 Fonte de recursos .....	10
<b>2 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
2.1 Mercado de seguros no Brasil.....	11
2.2 Análise Swot.....	13
<b>3 ANÁLISE DE MERCADO.....</b>	<b>17</b>
3.1 Estudo dos clientes .....	17
3.2 Estudo dos concorrentes .....	22
3.3 Estudo dos fornecedores .....	25
<b>4 PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>27</b>
4.1 Mix de serviços/ produtos.....	27
4.2 Preço .....	27
4.3 Promoção .....	28
4.4 Estrutura de comercialização .....	28
4.5 Praça .....	29
<b>5 PLANO OPERACIONAL .....</b>	<b>30</b>
5.1 Layout .....	30
5.2 Capacidade produtiva, comercial e serviços.....	30
5.3 Processos operacionais .....	31
5.4 Necessidade de pessoal.....	31
<b>6 PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>32</b>
6.1 Estimativa de investimentos fixos .....	32

6.2 Capital de giro.....	32
6.3 Investimentos pré-operacionais .....	33
6.4 Investimento total (resumo) .....	33
6.5 Estimativa de faturamento mensal da empresa.....	33
6.6 Estimativa dos custos de comercialização .....	34
6.7 Estimativa dos custos com mão de obra .....	34
6.8 Estimativa do custo com depreciação .....	35
6.9 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais.....	35
6.10 Demonstrativo de resultados.....	36
6.11 Indicadores de viabilidade .....	36
<b>7 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS .....</b>	<b>38</b>
<b>8 CONCLUSÃO.....</b>	<b>39</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>40</b>
<b>APÊNDICE A .....</b>	<b>41</b>
<b>APÊNDICE B.....</b>	<b>42</b>
<b>APÊNDICE C .....</b>	<b>46</b>

## 1 SUMÁRIO EXECUTIVO

### 1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio

O plano de negócio elaborado neste documento foi estruturado de acordo com o modelo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas -MG (SEBRAE), disponível ao público de empreendedores e acadêmicos.

Neste plano será apresentado a Inove PB Corretora de Seguros cuja previsão de inauguração será em dezembro de 2017 na cidade de Guarabira. A empresa visa atender tanto a população da cidade quanto regiões circunvizinhas, oferecendo todo o portfólio de produtos disponíveis pelas seguradoras de mercado, o que envolve seguros de pessoas e patrimônio, bem como consultoria financeira.

Indicadores de viabilidade	Valor
Lucratividade	9,53 % a.a
Rentabilidade	33,52 % a.a
Prazo de retorno do investimento	3 anos
Ponto de equilíbrio (PE)	R\$ 138.228,24

### 1.2 Dados dos empreendedores

<b>Nome:</b>	SAMUEL CUNHA GOMES		
<b>Endereço:</b>	SITIO UTINGA		
<b>Cidade:</b>	MULUNGU	<b>Estado:</b>	PARAÍBA
<b>Perfil</b> Samuel, 25 anos, solteiro, natural de Guarabira-PB, graduando em Administração de Empresas atua desde 2012 no mercado de seguros. Iniciou suas atividades em corretora familiar como colaborador comercial na filial de Guarabira/PB. Desde o inicio, apresentou qualidades e habilidades necessárias a este ramo, tais quais a boa comunicação e oratória, persistência, resiliência, dedicação e bom relacionamento com sua equipe de trabalho, resultando na sua promoção para gerente na sede da Corretora em João Pessoa/PB. Ao sair da empresa referida de forma voluntária no ano de 2017, juntou recursos próprios e através de apoio de amigos decidiu abrir seu próprio negócio no mesmo ramo: a INOVE SEGUROS.			

<b>Nome:</b>	CLEITON VENTURA DA SILVA		
<b>Endereço:</b>	R EMILIANO ROSENDO DA SILVA, 3		
<b>Cidade:</b>	CAMPINA GRANDE	<b>Estado:</b>	PARAÍBA
<b>Perfil</b>			
Cleiton Ventura, corretor de seguros, 32 anos, viveu como monge <i>hare krishna</i> durante 04 anos no Brasil e nos EUA. Em 2010, obteve a certificação da SUSEP PLENA para comercialização de seguros de todos os ramos e em 2011 começou a atuar no mercado. De lá para cá conquistou a confiança de muitos parceiros e hoje suas empresas cuidam do portfólio de seguros de cinco agências Bradesco.			

### 1.3 Dados do empreendimento

<b>Nome da empresa</b>	<b>INOVE PB CORRETORA DE SEGUROS</b>
<b>CNPJ / CPF</b>	25.186.486/0001-25

### 1.4 Missão da empresa

Proporcionar benefícios e segurança aos clientes e parceiros em todos os momentos de suas vidas.

### 1.5 Visão da empresa

Ser a corretora de seguros referência no atendimento de qualidade na cidade de Guarabira-PB até o ano de 2022.

### 1.6 Valores da empresa

- Inovação
- Segurança
- Confiabilidade
- Qualidade
- Superação

## **1.7 Setores de atividade**

- Agropecuária  
 Comércio  
 Indústria  
 Serviços

## **1.8 Forma jurídica**

- Empresário individual  
 Empresa Individual de Responsabilidade Limitada - EIRELI  
 Microempreendedor Individual - MEI  
 Sociedade Limitada  
 Outros

## **1.9 Enquadramento tributário**

Regime Simples

- Sim  
 Não

## **1.10 Capital social**

Sócio	Valor (R\$)	Participação (%)
Samuel Cunha Gomes	R\$ 4.500,00	90
Cleiton Ventura da Silva	R\$ 500,00	10
Total	R\$ 5.000,00	100

## **1.11 Fonte de recursos**

Os recursos para abrir a corretora de seguros serão provenientes de recursos próprios, terceiros e por meio de patrocínios das seguradoras e colegas.

## **2 INTRODUÇÃO**

Desde os primórdios o seguro esteve presente na vida do ser-humano por meio do instinto de evitar ou transferir riscos. Segundo a Escola Nacional de Seguros (2013), também conhecida como Funenseg, seu conceito emergiu principalmente a partir do intenso comércio nas grandes navegações. Nestes momentos, os comerciantes em suas atividades sempre estavam sujeitos a naufrágios devido às condições do tempo, algo que não podiam controlar ou evitar e, quando ocorridos geravam sempre grandes perdas a estes. Nessa perspectiva, após uma série de acontecidos e consequentes prejuízos, foi elaborada uma forma de minimizar as perdas através do mutualismo, nos quais os navegadores se reuniam e estimavam as perdas anuais no patrimônio conjunto (embarcações e suas cargas). Então, repartiam essa perda estimada entre eles, segundo a participação de cada um no patrimônio total.

Todavia, com o passar do tempo, viu-se a necessidade de uma opção mais moderna de segurança e tranquilidade que passaria a ser mais utilizada no gerenciamento do risco: o “seguro”, que envolve a transferência do risco de perda de uma entidade (empresa ou indivíduo) para outra entidade (seguradora) que assume os riscos e recebe em troca um prêmio. O conjunto dos prêmios de vários riscos, muitos sem sinistro, permitem às seguradoras formarem reservas para pagarem os sinistros.

De veículos particulares a frotas de caminhões, de aviões a embarcações, do prédio de apartamentos a casa de família, de equipamentos a fazendas, nos últimos anos, quase tudo passou a ser objeto de seguro.

### **2.1 Mercado de seguros no Brasil**

O mercado de seguros vem se aperfeiçoando bastante no Brasil. Segundo dados da Superintendência de Seguros Privado (SUSEP), compilados pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), este setor teve expansão de 9,2% no ano de 2016 ante 2015, totalizando R\$ 239,3 bilhões em prêmios. Ainda em 2016, o setor de seguros pagou R\$ 121,6 bilhões em indenizações, benefícios, resgates e sorteios, um crescimento de 7,6% ante 2015. Já as chamadas reservas técnicas, recursos que as seguradoras acumulam para fazer frente a essas obrigações, alcançaram R\$ 785 bilhões, aumento de 19,3%, na mesma base de comparação. O montante, conforme o presidente da CNseg, confirma o mercado segurador brasileiro como

um dos mais importantes investidores institucionais do País, a frente, inclusive, dos fundos de pensão que encerraram o ano R\$ 754,5 bilhões em ativos.

A competição interna e o aumento do conhecimento por parte da população sobre o assunto são dois dos fatores que têm feito com que as seguradoras avancem, mesmo que algumas ainda não acompanhem a velocidade esperada.

Atualmente, é claramente perceptível o grande interesse das seguradoras em oferecer produtos mais personalizados a determinados públicos como, seguros de vida para portadores de diabetes ou produtos específicos voltados para mulheres. Ou ainda serviços para determinados perfis de segurados como os criados para praticantes de esportes radicais. Também têm surgido nos mais diferentes ramos de seguro, parcerias entre empresas do segmento, o que vem ajudando as seguradoras a alcançar um público infinitamente superior ao obtido a partir de qualquer rede de corretores tradicionais, independentemente do tamanho ou da capilaridade.

Neste mercado, é fundamental que o segurado tenha o apoio de um corretor de seguros habilitado pela SUSEP, órgão responsável pelo controle e fiscalização dos mercados de seguro, previdência privada aberta, capitalização e resseguro. Caberá a esse profissional indicar o produto mais adequado ao perfil do cliente, apresentando as características que precisam ser consideradas no momento da escolha do produto.

De um modo geral, as empresas do mercado de seguros evoluíram bastante nos últimos anos, tanto no processo de contratação quanto no do pagamento de sinistros. A fiscalização da Susep também tem se mostrado mais efetiva, garantindo que o setor fique cada vez mais resistente e confiável.

Por outro lado, o fator financeiro continua sendo a principal causa de problemas. O custo do seguro ainda pesa bastante, como no caso dos automóveis, por exemplo. As altas taxas de violência no Brasil, a deficiência no setor de saúde pública entre outros aspectos vêm gerando enorme impacto nos preços o que podem dificultar a aquisição do seguro.

## 2.2 Análise SWOT ( FOFA)

FORÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atendimento focado na necessidade do cliente</li> <li>• Pós-venda ao cliente</li> <li>• Atendimento individual 24h ao dia.</li> <li>• Oferta dos serviços através do banco bradesco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado em ascensão</li> <li>• Crescimento econômico da cidade de Guarabira</li> <li>• Conscientização da sociedade na obtenção dos serviços de seguros</li> <li>• Deficiência na segurança pública do país aumenta a demanda por seguros contra roubo;</li> </ul>
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Credibilidade desconhecida</li> <li>• Pouco capital de giro para investimentos</li> <li>• Foco em apenas dois ramos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência</li> <li>• Aquisição de serviços pela internet</li> <li>• Improbidade dos concorrentes locais da cidade</li> </ul>

### Ações:

Na análise *swot* foram destacadas algumas ações que são melhores explicadas nas respostas abaixo. A priori, mencionadas respostas às forças, seguido das fraquezas, oportunidades e, por fim, as ameaças:

#### FORÇAS

- ✓ Atendimento com foco na necessidade do cliente:

O corretor se diferenciará por estar voltado às necessidades do cliente, atuando de forma consultiva e não impositiva. No mercado de seguros, principalmente na região da futura atuação da INOVE, é comum à comercialização impositiva.

- ✓ Pós-venda ao cliente:

O pós-venda ocorrerá em dois momentos. No primeiro, após alguns dias da negociação dos seguros junto ao cliente. A corretora pretenderá fazer um pós-venda via telefonema para saber se de fato todas as suas necessidades foram sanadas, se as apólices (documento de formalização do seguro) chegaram até o seu endereço e se há alguma sugestão de melhoria para melhor atendê-lo. Em um segundo momento, já tendo sido realizado o primeiro pós-venda, será realizado contato para informar de parcelas em aberto, surgimento de novos produtos/condições comerciais das Seguradoras, patrocínios da corretora e informação sobre a renovação das apólices.

- ✓ Atendimento 24h por dia:

A corretora pretende disponibilizar de um atendimento 24h por dia através de telefone, todos os dias da semana por contato direto com o diretor presidente, todavia mediante a demanda será analisada a possibilidade de terceirizar o atendimento.

- ✓ Oferta dos serviços através do banco Bradesco:

O banco Bradesco será um parceiro importantíssimo na captação de clientes e aumento da carteira da corretora uma vez que possui condições diferenciadas frente ao mercado de seguros (desconto no preço, maior parcelamento de parcelas etc).

## FRAQUEZAS

- ✓ Credibilidade desconhecida:

A corretora pretenderá consolidar sua credibilidade principalmente através da sua atuação junto ao banco Bradesco e também através da ações promocionais, como por exemplo, divulgação de clientes beneficiados com os seguros adquiridos em sua corretora dentre outros.

- ✓ Pouco capital para investimento:

A princípio a corretora terá poucos recursos para investimento, todavia sendo necessários recursos extras, serão obtidos patrocínios junto as Seguradoras e através de empréstimos bancários (as seguradoras em geral dispõem de recursos para auxiliar um novo corretor credenciado no mercado).

- ✓ Foco em apenas dois ramos:

A princípio a corretora atuará com dois produtos que será o Automóvel e o Seguro Saúde, pois além de serem de grande domínio dos diretores, são os produtos rentáveis a curto prazo. Todavia, um grande nicho de mercado como Ramos Elementares, Seguros de Vida e Previdência estará aberto a outros concorrentes da região, que inclusive poderá ser a porta de entrada na captação dos clientes da INOVE. Para combater essa situação, a corretora deverá investir na aquisição de conhecimentos dos demais ramos de seguro, ou contratar algum profissional que já domine os segmentos.

## **OPORTUNIDADES**

- ✓ Mercado em ascensão:

De acordo com os percentuais divulgados pela SUSEP, o ramo de seguros tem crescido cada vez mais, o que garante uma segurança da profissão.

- ✓ Crescimento da economia da cidade de Guarabira:

Quanto melhor for a economia da Região, melhor será a probabilidade da aquisição de seguros, tanto pelo poder aquisitivo do cliente, quanto porque as pessoas poderão adquirir carros, imóveis ou propriedades e que, certamente, boa parte destes irá contratar seguro para tais bens.

- ✓ Conscientização da sociedade na obtenção dos seguros:

Cada vez mais uma sociedade consciente aquece o mercado de seguros que se torna uma oportunidade para que a corretora INOVE seja sustentável.

- ✓ Ineficiência na segurança pública do país:

Se por um lado a ineficiência na segurança publica reflete no aumento dos preços de seguro, por outro lado faz a demanda aumentar, uma vez que a maioria dos seguros compreende a cobertura de roubo, tumulto e latrocínio.

## **AMEAÇAS**

- ✓ Concorrência.

Atualmente a cidade de Guarabira conta com cinco corretoras de seguros na cidade. Algumas destas há mais de uma década no mercado. E como o mercado tem crescido, novos entrantes são esperados.

- ✓ Aquisição do serviço pela internet:

A aquisição via internet gera angariação diretamente para Seguradora escolhida, sem intermédio de um corretor de seguros.

✓ Improbidade dos concorrentes locais da cidade:

Alguns concorrentes agem com desonestidade no momento de uma negociação, sendo totalmente desleal às regras do mercado.

### **3 ANÁLISE DE MERCADO**

A cidade de Guarabira é polo entre a macrorregião que compreende as cidades de Alagoinha, Araçagi , Belém, Cuitegi, Mulungu , Pirpirituba e Sertãozinho. Ao total o polo concentra 134.298 habitantes baseado no ultimo senso (IBGE, 2010). Guarabira, em especial, possui uma população estimada de 58.881 habitantes (IBGE, 2017), representando 43,84% da macrorregião. Os guarabirenses recebem em média 1,5 salário mínimo e o PIB per capita da cidade é de R\$ 14.626,05. Além disso, conta com agências do Bradesco, Banco do Brasil, Santander, Caixa Econômica e Itáu.

Para se contextualizar na área de seguros, mais precisamente na automotiva, de acordo com o Departamento Estadual de Trânsito (DETRAN)/PB, existem aproximadamente 20.122 veículos registrados na cidade, que se somados automóveis, caminhões e caminhonetas (maior grupo atrativo em seguros de veículos) resultam em 8.576 desse total. Vale ressaltar que dentre o número restante de veículos, destaca-se um número elevado de motos que em sua maioria não são aceitos pelas seguradoras devido a elevada exposição ao risco de sinistralidade.

No que se refere ao ramo de seguros coletivos (empresas), ainda de acordo com o IBGE (2017), a cidade possui aproximadamente 1.234 empresas e 58 estabelecimentos de saúde.

#### **3.1 Estudos dos clientes**

Para entendermos melhor o público alvo, abrangência, comportamento dos clientes e interesses que os levam a contratar um seguro, foi elaborado um questionário estruturado em escala *likert* de cinco pontos, perfazendo perguntas direcionadas tanto ao público que possui algum tipo de seguro, como a quem nunca contratou (ver apêndice B).

O questionário foi aplicado nos dias 14 e 15 de março de 2018 na cidade de Guarabira. Obteve-se uma amostra de 200 pessoas em um universo aproximado de 36.611 pessoas (62,18% da população total) que possui um perfil etário para aquisição de um seguro (de 18 a 65 anos). Os resultados são apresentados nos próximos tópicos para uma melhor compreensão.

### 3.1.1 Característica do público-alvo

Os clientes não compram apenas produtos, mas soluções para algo que precisam ou desejam. Pensando nisso, levantaram-se no questionário as características principais que descrevem o público alvo na intenção de conhecê-los um pouco melhor, conforme demonstrado nas tabelas 1 e 2.

**TABELA 1 – Idade, sexo, estado civil e renda familiar.**

<b>Idade</b>			<b>Estado civil</b>		
Resposta	Frequência	Porcentagem	Resposta	Frequência	Porcentagem
Até 25	20	10,1	Solteiro	55	27,8
De 26 a 38	59	29,8	Casado	121	61,1
De 39 a 50	64	32,3	Outros	22	11,1
Acima de 50	55	27,8	<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100</b>
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100</b>	<b>Renda familiar</b>		
<b>Sexo</b>			Resposta	Frequência	Porcentagem
Resposta	Frequência	Porcentagem	Até R\$1000	64	32,3
Feminino	97	49	De R\$ 1.001 a R\$ 2000	49	24,7
Masculino	101	51	De R\$ 2.001 a R\$ 4000	56	28,3
			Acima de R\$ 4.000	29	14,6
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa.

**TABELA 2 – Residência fixa e profissão.**

<b>Residência fixa</b>			<b>Profissão</b>		
Resposta	Frequência	Porcentagem	Resposta	Frequência	Porcentagem
Guarabira	133	67,2	Estudante	6	3,0
Belém	8	4,0	Assalariado	59	29,8
Araçagi	4	2,0	Profissional liberal	77	38,9
Mulungu	3	1,5	Funcionário público	40	20,2
Pirpirituba	13	6,6	Empresário	16	8,1
João Pessoa	9	4,5			
Campina Grande	6	3,0			
Outras	22	11,1			
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100,0</b>	<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100,0</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa.

Através das análises dos dados da Tabela 1, observa-se que 62,1% das pessoas que estavam em Guarabira possuem de 26 a 50 anos de idade, dado que reflete em um público de idade ativa no mercado de trabalho. A distribuição de gênero foi praticamente igual.

Ainda de acordo com a tabela, a renda familiar concentra-se em sua maioria na faixa até mil reais (32,2%), todavia a soma das demais faixas de renda representam 67,6%, refletindo em um maior poder de compra.

Embora todos os questionários tenham sido aplicados na cidade de Guarabira, de acordo com a Tabela 2 observa-se que 65 pessoas (32,82% de respondentes), residem em outras cidades, mas tem a necessidade de utilizar Guarabira no seu dia a dia.

### 3.1.2 Interesses e comportamentos dos clientes

Neste tópico buscou-se identificar informações comportamentais das pessoas referentes à aquisição do seguro. Qual a frequência de pessoas que costuma adquirir o produto/serviço, ondem costumam comprar, o que costumam comprar no ramo de seguros e qual o canal utilizado para contratação.

**TABELA 3 – Comportamento dos clientes**

Já teve algum seguro			Qual tipo de seguro você possui		
Resposta	Frequência	Porcentagem	Resposta	Frequência	Porcentagem
Sim	68	34,3	Automóvel	42	61,8
Não	130	65,7	Vida	21	30,9
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100,0</b>	Plano de saúde	2	2,9
<b>Em qual seguradora você possui seguro</b>			Odontológico	1	1,5
Resposta	Frequência	Porcentagem	Empresarial	2	2,9
Allianz	1	1,5	<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>
BB Seguros ( banco do Brasil)	9	13,2	<b>Qual foi o meio utilizado para aquisição</b>		
Bradesco	13	19,1	Resposta	Frequência	Porcentagem
Caixa Seguros	9	13,2	Central de atendimento 0800	7	10,3
Itaú	9	13,2	Atendimento através do corretor de seguros	49	72,1
Porto Seguro	10	14,7	Aplicativo de mensagens instantâneas	3	4,4
Outros	17	25,0	Atendimento através de banco	9	13,2
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>	Internet	0	0
			<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 3, observa-se que a maioria dos respondentes não possuem seguro e os que possuem limitam-se em sua maioria à aquisição de seguros de automóvel e de vida, representando 92,7%.

Importante também destacar e afirmar a importância da atuação do corretor de seguros como principal meio de aquisição do produto/serviço frente à concorrência de bancos, por exemplo, que possuem grande poder de venda.

No que se refere às seguradoras, o Bradesco é a principal escolha dos respondentes da pesquisa dentre as demais opções, dado este que reflete em oportunidade para a INOVE que terá o banco como canal alternativo de vendas, além de seu escritório.

### **3.1.3 Motivos para aquisição/não aquisição de um seguro**

Neste tópico serão apresentados dados relevantes obtidos através da tabela cruzada, conforme apresentado nas Tabelas 4 e 5.

**TABELA 4 – Tabulação cruzada: renda x possui /não possui seguro.**

Renda	Quantidade que possui seguro	Quantidade que Não possui seguro	Profissão	Quantidade que possui seguro	Quantidade que Não possui seguro
Até R\$ 1.000,00	15	49	Estudante	1	5
De R\$ 1.001 a R\$ 2.000	18	31	Assalariado	18	41
De R\$ 2.001 a R\$ 4.000	19	37	Profissional liberal	26	51
Acima de R\$ 4.000	16	13	Funcionário público	13	27
Total	<b>68</b>	<b>130</b>	Total	<b>68</b>	<b>130</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa.

**TABELA 5** – Tabulação cruzada: profissão x motivos para aquisição/ não aquisição do seguro.

MOTIVOS PARA AQUISIÇÃO DO SEGURO X PROFISSÃO						
Profissão	Medo	Preço acessível	Bom relacionamento com o corretor	Influência de amigos	Segurança	Maior parcelamento sem juros
Estudante	0	0	0	0	1	0
Assalariado	2	0	0	0	15	1
Profissional liberal	5	1	0	0	20	0
Funcionário público	0	1	1	1	10	0
Empresário	1	0	1	0	8	0
Total	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>54</b>	<b>1</b>

MOTIVOS PARA NÃO AQUISIÇÃO DO SEGURO X PROFISSÃO					
Profissão	Preço muito alto	Falta de necessidade	Não conhece sobre o assunto	Experiência negativa de amigos	Outros
Estudante	1	3	1	0	0
Assalariado	12	18	10	1	0
Profissional liberal	16	16	14	3	2
Funcionário público	4	15	5	3	0
Empresário	2	2	1	1	0
Total	<b>35</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>8</b>	<b>2</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa.

**QUADRO 1 – Análise da tabulação cruzada**

Renda x Possuir seguro	Profissão x Possuir seguro	Profissão x Motivos de aquisição de seguro	Profissão x Motivos para não aquisição de seguro
<p>Verifica-se que a faixa de renda não foi um fator definitivo para aquisição do seguro uma vez que a quantidade aproximou-se muito entre elas. Já para quem não possui seguro, ficou constatado que a menor faixa de renda predomina em não possuir seguro.</p>	<p>Os maiores consumidores de seguros estão concentrados respectivamente nos profissionais liberais e assalariados. Em contrapartida, este grupo representa ao mesmo tempo a maior quantidade que não possui seguro.</p>	<p>Dentre todas as profissões pesquisadas, o fator “segurança” foi predominante como o principal motivo de se adquirir um seguro, o que representa 79,41% das respostas.</p>	<p>Para não aquisição de seguro constata-se que a falta de necessidade foi predominante (41,54%), principalmente pelos assalariados, funcionários públicos e profissionais liberais. Não obstante o preço elevado bem como falta de conhecimento no assunto representou 50,76% dos pesquisados. Dentre eles os principais respondentes foram também os profissionais liberais, assalariados e funcionários públicos.</p>

**Fonte:** Dados da pesquisa.

### 3.2 Estudo dos concorrentes

De acordo com informações da Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros (Fenacor,2017), o Brasil registrou no ano de 2017, 112.874 profissionais (pessoas físicas) e empresas que atuam no mercado de corretagem de seguros em plena atividade.

A maioria atua como pessoa física e autônoma: são 70.135 no total, sendo 85.071 pontos de venda voltados para todas as modalidades de seguros (certificação plena) e mais 27.803 posições dedicados à comercialização exclusiva de seguros de vida, planos de previdência complementar aberta e títulos de capitalização (certificação “susepinha”).

A Paraíba, onde será sediada a Inove Corretora, concentra 5,94 % dessa força de trabalho no Nordeste. São ao total 685 pontos de distribuição de seguros Estado da Paraíba, conforme a Tabela 6.

**TABELA 6** – Corretores ativos no Nordeste.

UF	PESSOAS FÍSICAS			PESSOAS JURÍDICAS			TOTAL UF
	TODOS OS RAMOS	VIDA, CAPITALIZAÇÃO E PREVIDÊNCIA	TOTAL PF	TODOS OS RAMOS	VIDA, CAPITALIZAÇÃO E PREVIDÊNCIA	TOTAL PJ	
AL	228	149	<b>377</b>	163	25	<b>188</b>	565
BA	1344	970	<b>2314</b>	1161	217	<b>1378</b>	3692
CE	625	497	<b>1122</b>	558	106	<b>664</b>	1786
MA	239	232	<b>471</b>	270	47	<b>317</b>	788
PB	260	185	<b>445</b>	200	40	<b>240</b>	685
PE	890	660	<b>1550</b>	695	134	<b>829</b>	2379
PI	110	79	<b>189</b>	117	11	<b>128</b>	317
RN	292	224	<b>516</b>	211	55	<b>266</b>	782
SE	234	110	<b>344</b>	172	20	<b>192</b>	536
<b>NORDESTE</b>							
PESSOAS FÍSICAS				PESSOAS JURÍDICAS			TOTAL
QTD.	<b>7328</b>			<b>4202</b>			11530

**Fonte:** Fenacor, 2017.

No que se refere a quantidade de corretores atuantes na Cidade de Guarabira/PB, não foi possível obter informações via fonte de pesquisa nacional (como IBGE ou Sebrae por exemplo), todavia mediante visita *in loco* nos dias 03 e 04 de abril de 2018 e entrevista por meio de cliente oculto aos corretores (PJ) atuantes na cidade, foi possível levantar os dados apresentados no Quadro 2 .

**QUADRO 2 –** Principais corretores ativos na cidade de Guarabira

CORRETOR A	PREÇO	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO S	LOCALIZAÇÃO	ATENDIMENTO	SERVIÇOS AO CLIENTE
INOVE SEGUROS	Flexível (com descontos)	À vista, à prazo e cartão de crédito	Guarabira/PB e Belém/PB	Em escritório e na agência do Bradesco em Belém	Todos os ramos de seguro, com foco em automóvel e plano de saúde.
CORRETORA "A"	Flexível (com descontos)	À vista, à prazo e cartão de crédito	João Pessoa/PB Guarabira/PB Mamanguape/PB Sapé/PB	Escritório nas cidades de João Pessoa e Guarabira	Todos os ramos de seguro, com atuação em todos os seguimentos.
CORRETORA "B"	Flexível (com descontos)	À vista, à prazo e cartão de crédito	Guarabira/PB	Escritório na cidade de Guarabira	Todos os ramos de seguro, com foco em automovel, residencial e plano de saúde.
CORRETORA "C"	Flexível	À vista, à prazo e cartão de crédito	Guarabira/PB	Escritório na cidade de Guarabira	Todos os ramos de seguro, com foco em seguro de vida, previdência e plano odontológico.
CORRETORA "D"	Fixo	À vista, à prazo e cartão de crédito	Guarabira/PB	Agência Bradesco em Guarabira	Seguro de vida, plano de saúde e plano odontológico.
CORRETORA "E"	Fixo	À vista, à prazo e cartão de crédito	Guarabira/PB	Agência Bradesco em Guarabira	Seguro de vida, plano de saúde e plano odontológico.

**Fonte:** Dados da pesquisa. Modelo adaptado do SEBRAE MG.

### Conclusões:

A população elegível apresentada no item 3.1, oferece um grande estímulo ao empreendedor de seguros quando relacionados ao Quadro 2, uma vez que ter-se-ia aproximadamente 6.102 pessoas para prospecção de seguros distribuídos pelo seis corretores apresentados, já incluindo a INOVE (isso sem considerar as empresas e estabelecimentos locais que também refletem em oportunidade de negócios).

### 3.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES:

Ao abrir uma Corretora de Seguros é possível se cadastrar em todas as Seguradoras disponíveis no mercado desde que se tenha a certificação SUSEP e que esteja em dia com as exigências legais para o seu funcionamento, uma vez que se trata de um ramo autônomo. Atualmente na Paraíba existem diversas Seguradoras e Sucursais nas quais a Inove Seguros irá intermediar o serviço através das mais competitivas , conforme apresentado no quadro 3.

**QUADRO 3 – Principais Seguradoras atuantes no Estado da Paraíba**

NOME DO FORNECEDOR	SERVIÇOS	PREÇO	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO
BRADESCO SEGUROS	Seguros de todos os ramos, plano de saúde, odontológico, cartão de crédito e consórcio	COMPETITIVO	A BASE DE CORRETAGEM
BANCO BRADESCO	Seguros de todos os ramos, plano de saúde, odontológico, cartão de crédito, exceto previdência e consórcio.	ALTAMENTE COMPETITIVO (descontos e parcelamentos diferenciados etc.)	A BASE DE CORRETAGEM
GRUPO MAPFRE/ BB SEGUROS	Seguros de todos os ramos, cartão de crédito e consórcio	COMPETITIVO	A BASE DE CORRETAGEM
ALLIANZ	Seguros de todos os ramos e planos de saúde.	COMPETITIVO	A BASE DE CORRETAGEM
GRUPO AZUL/PORTO/ITAÚ SEGUROS	Seguros de todos os ramos, cartão de crédito e consórcio	COMPETITIVO	A BASE DE CORRETAGEM
SULÁMERICA	Seguros de todos os ramos, cartão de crédito e consórcio	COMPETITIVO	A BASE DE CORRETAGEM
LIBERTY SEGUROS	Automóvel, residencial e seguro de vida	NÃO COMPETITIVO	A BASE DE CORRETAGEM
ZURICH	Seguros de todos os ramos	NÃO COMPETITIVO	A BASE DE CORRETAGEM
TOKIO MARINE	Automóvel, seguro de vida e patrimonial.	NÃO COMPETITIVO	A BASE DE CORRETAGEM
MONGERAL AEAGON	Seguros de todos os ramos, cartão de crédito e consórcio	COMPETITIVO	A BASE DE CORRETAGEM

NOME DO FORNECEDOR	MARGEM DE COMISSIONAMENTO	LOCALIZAÇÃO
BRADESCO SEGUROS	IGUAL AO MERCADO	PARAÍBA

BANCO BRADESCO	INFERIOR AO MERCADO	PARAÍBA
GRUPO MAPFRE/ BB SEGUROS	IGUAL AO MERCADO	PARAÍBA
ALLIANZ	IGUAL AO MERCADO	PARAÍBA
GRUPO AZUL/PORTO/ITAÚ SEGUROS	SUPERIOR AO DE MERCADO	PARAÍBA
SULÁMERICA	IGUAL AO MERCADO	PARAÍBA
LIBERTY SEGUROS	SUPERIOR AO DE MERCADO	PARAÍBA
ZURICH	IGUAL AO MERCADO	PARAÍBA
TOKIO MARINE	IGUAL AO MERCADO	PARAÍBA
MONGERAL AEAGON	IGUAL AO MERCADO	PARAÍBA

**Fonte:** Dados da pesquisa. Modelo adaptado do SEBRAE MG.

Na análise do Quadro 3, destaca-se os serviços ofertados da Bradesco Seguros como a mais competitiva entre todas as demais por meio do Banco Bradesco na agência de Belém. É importante ressaltar que na organização Bradesco existe dois segmentos para atuação do corretor: Mercado ou Rede. O primeiro é um canal na qual o corretor oferece os serviços de seguros através do seu escritório particular (Corretora). O outro se refere ao canal banco, na qual o corretor dispõe de toda estrutura bancária e banco de dados de clientes para oferta do serviço, que embora tenha uma margem de corretagem reduzida, oferece condições comerciais totalmente diferenciadas do segmento Mercado, facilitando o aumento de clientes na carteira. Além disso, os produtos comercializados neste segmento compõe o rol de objetivos da agência bancária, promovendo o trabalho em equipe com os funcionários da agência no desempenho de resultados.

A Inove optará por trabalhar principalmente com a Bradesco Seguros, ciente de que é importante manter contato com todos os demais fornecedores, ou pelo menos com os principais, pois não é possível prever quando um fornecedor enfrentará dificuldades.

## **4 PLANO DE MARKETING**

### **4.1 Mix de serviços/ produtos**

Serão comercializados seguros relacionados à saúde, proteção patrimonial, planejamento sucessório, bem como aposentadoria privada conforme descrito no **Quadro 4:**

**QUADRO 4 – Produtos e serviços ofertados**

Nº	DESCRÍÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO
1	Seguro de Vida
2	Seguro de Automóvel
3	Seguros de Ramos Elementares <sup>1</sup> em geral
4	Plano de Saúde
5	Plano Odontológico
6	Previdência Privada
7	Consórcio de bens móveis e imóveis
8	Cartão de crédito das Seguradoras

**Fonte:** Dados da pesquisa.

Embora a Corretora possua a certificação para comercialização de todos os produtos/serviços (a SUSEP Plena), será dado um foco inicialmente nos ramos de Automóvel e Plano de Saúde como forma estratégica de rentabilização do negócio, visto possuírem uma maior demanda no mercado nacional.

### **4.2 Preço**

A política de preço será estabelecida dentro da margem de corretagem de 10% a 25% sobre a maioria dos produtos comercializados. Já alguns outros possuem comissionamentos tabelados não sendo possível negociação. Vale salientar que todos os preços são estabelecidos diretamente pelas seguradoras nas quais a INOVE fará a intermediação podendo ocorrer variações de preços de acordo com a flexibilização da corretagem.

---

<sup>1</sup> Ramos Elementares referem-se aos seguros que têm por finalidade a garantia de perdas, danos ou responsabilidades sobre objetos ou pessoas, excluída desta classificação os seguros do ramo vida. Envolve por exemplo, seguro residencial, de equipamentos, de condômino, empresarial, aero marítimo, transporte de cargas entre outros.

As formas de pagamento dos seguros são através de débito em conta, boleto bancário ou cartão de crédito e a periodicidade poderá ocorrer de forma mensal ou esporádica (uma vez ao ano) de acordo com a política do produto.

#### **4.3 Promoção**

Os tipos de promoção da INOVE serão voltados principalmente para reforçar a imagem da corretora, pois através da pesquisa de mercado realizada foi constatado que a maioria dos respondentes desconhece alguma marca de seguros no mercado. Desta forma, fica evidente a grande oportunidade da INOVE frente a este cenário. Sendo assim, optarão por disponibilizar um catálogo de produtos constando a descrição dos seguros ofertados e suas principais coberturas, carro de som anunciando a nova empresa, cartões de visita, mídias em redes sociais (internet), faixas e panfletagem quinzenalmente para prospecção de clientes.

#### **4.4 Estrutura de comercialização**

A comercialização dos produtos e serviços será realizada pelo proprietário da INOVE através de atendimento em dois dias na semana na agência do banco Bradesco na cidade de Belém por meio de uma oportunidade oferecida pelo Grupo. A Bradesco Seguros em parceria com o banco Bradesco disponibiliza a atuação autônoma do corretor de seguros em suas agências bancárias para comercialização de todos os ramos de seguros, com exceção da previdência e capitalização que é comercializado pelos próprios funcionários do banco. Neste canal o corretor ou preposto (consultor de vendas) dispõe de uma estrutura física com mesa, telefone, internet e computador além de todas as informações necessárias para prospecção de negócios, como por exemplo, uma base de clientes pessoas físicas e jurídicas que possuem e não possuem seguros de automóvel, vida e saúde junto ao banco, atualizadas mensalmente.

Planeja-se a contratação de mais um consultor de vendas para atuação fixa na agência dependendo do lucro que a INOVE venha obter por meio da corretagem na mesma.

Além disso, as negociações também serão conduzidas por meio de atendimento no escritório da corretora, ligações e visitas aos clientes. A escolha do diretor para prospecção de clientes será devido ao mesmo conhecer bastante o mercado de seguros, possuir bom relacionamento na cidade de Guarabira e boas atribuições comerciais como mencionado em seu perfil.

Na ausência do diretor para os atendimentos externos seja no banco Bradesco ou nas visitas, o secretário será responsável por um suporte na área comercial caso algum cliente ligue ou compareça até o escritório.

#### **4.5 Praça**

<b>Endereço</b>	R Osório de Aquino, 140			
<b>Bairro</b>	Centro	<b>Cidade</b>	Guarabira	<b>Estado</b>
<b>Fone 1</b>	(83 )98902-8903	<b>Fone 2</b>	xxxx	PB

Para o funcionamento da INOVE será locado um espaço que atenda todas as exigências legais para o funcionamento do negócio.

O local escolhido ficará localizado no centro da cidade de Guarabira principalmente por atrair uma boa visibilidade da corretora devido o grande fluxo de pessoas, dispor de estacionamento, segurança, água e internet inclusos no aluguel e estar localizada próximo ao seu maior concorrente, a “CORRETORA A” no Quadro 2.

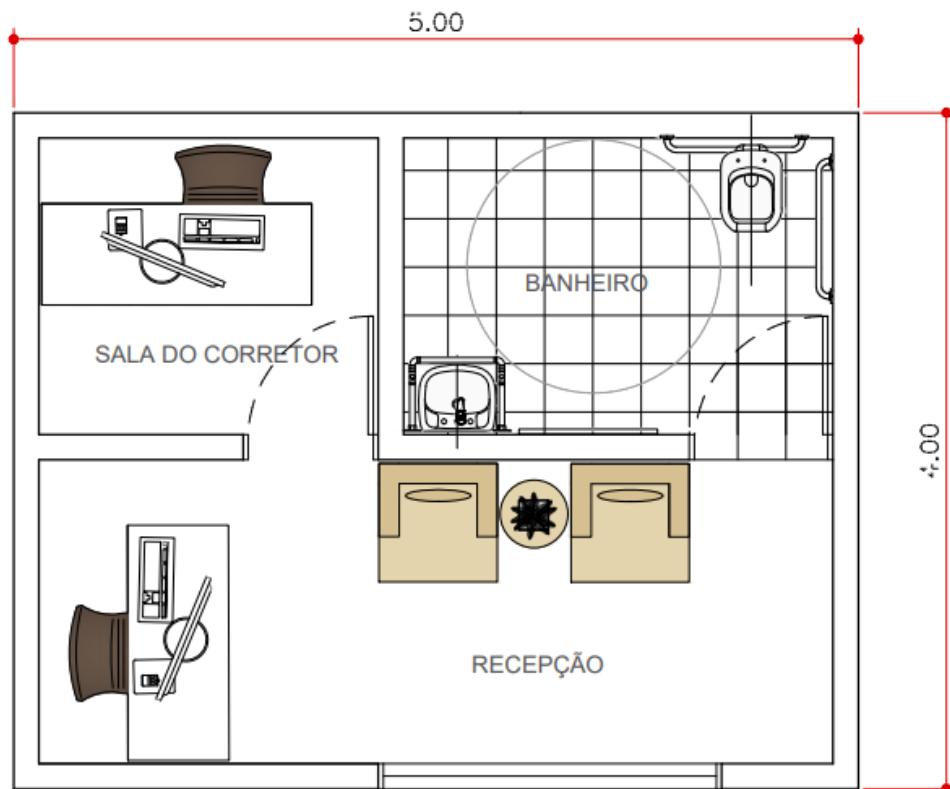
Além disso, ficará próximo aos principais estabelecimentos da cidade como farmácia, tribunal regional do trabalho (TRT), escritório de advocacia, padarias, lanchonetes etc.

## 5 PLANO OPERACIONAL

### 5.1 Layout

O layout da Inove foi desenvolvido visando disponibilizar um ambiente para atendimento presencial de clientes/parceiros e também para a prospecção de novos segurados. Além disso, o ambiente contará com instalações para pessoas portadoras de deficiências físicas.

**FIGURA 1 – Layout da INOVE CORRETORA DE SEGUROS.**



**Fonte:** Autor da pesquisa.

### 5.2 Capacidade produtiva, comercial e serviços

Estima-se que a corretora terá uma capacidade produtiva máxima de comercialização de 95 seguros/mês, já considerando a estrutura do escritório mais a agência do banco

Bradesco. Vale salientar que todos os seguros comercializados nas agências necessitam passar pelo código de um corretor para que o seguro esteja validado.

### 5.3 Processos operacionais

Inicialmente o foco principal da Inove será angariar clientes, para tanto um dos principais processos será elaborar uma base de dados para que sejam ofertados os produtos, principalmente através de ligações (para colegas, pessoas indicadas pelo banco, parceiros etc).

Os orçamentos dos seguros, cadastros de clientes, de novas propostas e acompanhamento de parcelas pendentes serão conduzidos pela secretaria, enquanto a comercialização do produto será pelo diretor e consultor de vendas. Estes também serão responsáveis por prestar assistência ao segurado, como dar entrada em reembolsos de planos de saúde, acionar sinistros, solicitar reboque para o automóvel, solicitar chaveiro ou conduzir o segurado até uma oficina referenciada da seguradora por exemplo.

Já o responsável técnico, receberá a cada vinte dias uma planilha com todos os seguros comercializados para que o mesmo possa analisar e ratificar a validade das propostas emitidas. Caso seja encontrado algum equívoco no seguro, o mesmo irá acionar o diretor para o reparo (por mais que as seguradoras tenham validado as propostas).

### 5.4 Necessidade de Pessoal

Cargo/função	Qualificações necessárias
Diretor presidente	Ser dinâmico; possuir boa comunicação; espírito de equipe; ser especialista no ramo; vivencia de mercado; negociador, persuasivo e fazer boa gestão financeira.
Responsável técnico	Possuir certificação SUSEP PLENA; conhecedor das normas e diretrizes do segmento; ser dinâmico; possuir boa comunicação; dedicado à análise de situações; coordenar à equipe.
Secretário(a) administrativo(a)	Auxiliar nas atividades administrativas em gerais tais quais: alimentação do banco de dados de clientes, preparação de orçamentos, atender telefonemas, enviar e-mails com apólices dos clientes etc.
Consultor(a) de vendas	Boa habilidade comercial, ser dinâmico e comunicativo, fazer bom relacionamento com equipe, bom desempenho sob pressão, lidar com hierarquias e apresentar aparência formal no ambiente de trabalho.

## 6 PLANO FINANCEIRO

### 6.1 Estimativa de investimentos fixos

#### A. Máquinas e equipamentos

Descrição		Qtde.	Valor unitário	Total
1	Notebook	3	R\$ 1.684,00	R\$ 5.052,00
2	Impressora	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
3	Telefone	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Sub-total (A)				R\$ 6.402,00

#### B. Móveis e utensílios

Descrição		Qtde.	Valor unitário	Total
1	Mesa	2	R\$ 1.400,00	R\$ 2.800,00
2	Cadeiras - Modelo A	2	R\$ 550,00	R\$ 1.100,00
3	Cadeiras recepção	2	R\$ 550,00	R\$ 1.100,00
4	Bebedouro	1	R\$ 340,00	R\$ 340,00
5	Ar condicionado	1	R\$ 1.176,00	R\$ 1.176,00
6	Cafeteira	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Sub-total (B)				R\$ 6.866,00

#### C. Veículos

Descrição		Qtde.	Valor unitário	Total
1	Carro	1	30000	30000
Sub-total (B)				R\$ 30.000,00
Total dos investimentos fixos		Sub-total (A+B+C)		R\$ 43.268,00

### 6.2 Capital de giro

O montante dos recursos para o funcionamento normal da empresa, ou seja, abatendo o financiamento das vendas e o pagamento das despesas é de R\$ 1.240,93.

### 6.3 Investimentos pré-operacionais

Investimentos financeiros	R\$
Despesas de legalização	R\$ 845,00
Obras civis/ reformas	R\$ 150,00
Divulgação	R\$ 150,00
Outras despesas	R\$ 133,00
Total	R\$ 1.278,00

### 6.4 Investimento total (resumo)

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimentos Fixos	R\$ 43.268,00	94,50%
2. Capital de Giro	R\$ 1.240,93	2,71%
3. Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 1.278,00	1,79%
Total ( 1+2+3)	<b>R\$ 45.786,93</b>	<b>100,00</b>

Fonte de recursos	Valor (R\$)	(%)
1.Recursos próprios	R\$ 8.000,00	17,48%
2. Recursos de terceiros	R\$ 5.000,00	10,92%
3. Outros (patrocínio)	R\$ 32.786,93	71,60%
Total ( 1+2+3)	<b>R\$ 45.786,93</b>	<b>100,00</b>

### 6.5 Estimativa de faturamento mensal da empresa

Produto/serviço	Quantidade (estimativa de venda)	Preço de venda unitário	Faturamento Bruto(R\$)	Faturamento Líquido(R\$ valor da corretagem)
Seguro Auto	20	valor flexivel ao perfil do cliente	R\$ 45.000,00	R\$ 6.750,00
Seguro Re	40	R\$ 250,00	R\$ 10.000,00	R\$ 2.000,00
Plano de saúde	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.840,00
Plano odontológico	2	R\$ 456,00	R\$ 912,00	R\$ 145,92
Cartão de crédito	4	R\$ 263,88	R\$ 1.055,52	R\$ 220,00
Consórcio	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00	R\$ 875,00
Seguro de vida	10	valor flexivel ao perfil do cliente	R\$ 3.000,00	R\$ 120,00
Previdência	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00	R\$ 70,00
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>R\$ 3.519,88</b>	<b>R\$ 63.067,52</b>	<b>R\$ 13.020,92</b>

Nos seguros de automóvel e de vida a quantidade mencionada refere-se ao número de clientes que a corretora pretende conquistar por mês, porém como os preços são flexíveis entende-se que o principal é atingir o total estabelecido no faturamento bruto.

Os produtos previdência, consórcio e plano de saúde possuem preços variados, todavia estabeleceram-se no “preço de venda unitário” os valores mínimos que a INOVE pretende ofertar.

## 6.6 Estimativa dos custos de comercialização

Descrição	%	Faturamento estimado	Custo total(R\$)
<b>1. Impostos</b>			
Impostos Federais			
SIMPLES	6	R\$ 13.020,92	R\$ 781,26
<b>Subtotal 1</b>			<b>R\$ 781,26</b>
<b>2. Gastos com venda</b>			
Comissões	30	R\$ 4.309,03	R\$ 1.292,71
Propaganda	2	R\$ 13.020,92	R\$ 260,42
<b>Subtotal 2</b>			<b>R\$ 1.553,13</b>
<b>TOTAL (subtotal 1+2)</b>		R\$ 13.020,92	<b>R\$ 2.334,38</b>

\*\* O valor apresentado nas comissões refere-se ao faturamento exclusivo que o funcionário da INOVE venha obter por meio da atuação na agência do Bradesco.

## 6.7 Estimativa dos custos com mão de obra

Função	Nº de empregados	Salário mensal	% de encargos sociais	Encargos sociais	Total (R\$)
1. Responsável técnico	1	R\$ 1.000,00	0%	R\$ -	R\$ 1.000,00
2. Auxiliar administrativo	1	R\$ 1.450,00	20%	R\$ 290,00	R\$ 1.740,00
3. Consultor de seguros	1	R\$ 1.450,00	20%	R\$ 290,00	R\$ 1.740,00
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>R\$ 3.900,00</b>	<b>40%</b>	<b>R\$ 580,00</b>	<b>R\$ 4.480,00</b>

Os percentuais dos sociais levaram em consideração o INSS, FGTS e FGTS/provisão de multa para rescisão. Para o responsável técnico foi informado um percentual zerado uma vez que o mesmo está contido no contrato social da empresa por meio de cláusula.

## 6.8 Estimativa do custo com depreciação

Ativos fixos	Valor do bem (R\$)	Vida útil em anos	Depreciação anual	Depreciação mensal
Notebook	R\$ 5.052,00	3	R\$ 1.684,00	R\$ 140,33
Impressora	R\$ 900,00	5	R\$ 180,00	R\$ 15,00
Telefone	R\$ 450,00	5	R\$ 90,00	R\$ 7,50
Mesa	R\$ 2.800,00	10	R\$ 280,00	R\$ 23,33
Cadeiras - Modelo A	R\$ 1.100,00	10	R\$ 110,00	R\$ 9,17
Cadeiras - Modelo B	R\$ 1.100,00	10	R\$ 110,00	R\$ 9,17
Bebedouro	R\$ 340,00	5	R\$ 68,00	R\$ 5,67
Ar condicionado	R\$ 1.176,00	5	R\$ 235,20	R\$ 19,60
Cafeteira	R\$ 350,00	5	R\$ 70,00	R\$ 5,83
Carro	R\$ 30.000,00	5	R\$ 6.000,00	R\$ 500,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 43.268,00</b>	<b>63</b>	<b>R\$ 8.827,20</b>	<b>R\$ 735,60</b>

O prazo de “vida útil em anos” dos ativos fixos apresentados foram baseados na média disponibilizada pela Receita Federal.

## 6.9 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo total mensal (R\$)
Aluguel	R\$ 650,00
IPTU	R\$ -
Água	R\$ -
Energia elétrica	R\$ -
Internet	R\$ -
Telefone	R\$ 90,00
Honorários do contador	R\$ 300,00
Pró-labore	R\$ 2.000,00
Manutenção de equipamentos	R\$ 50,00
Salários+encargos	R\$ 4.480,00
Material de limpeza	R\$ 40,00
Material de escritório	R\$ 50,00
Combustível	R\$ 800,00
Taxas diversas	R\$ 150,00
Depreciação	R\$ 735,60
Outras despesas	R\$ 100,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 9.445,60</b>

O local escolhido para o funcionamento da INOVE isentará as despesas de IPTU, energia elétrica e água, além de incluir o uso da internet.

## 6.10 Demonstrativo de resultados

	<b>Descrição</b>	<b>R\$</b>
Item 6.5	1. Receita total com vendas	R\$ 13.020,92
	2. Custos variáveis totais	
	(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV	R\$ -
Item 6.6	(-) Impostos sobre a vendas	R\$ 781,26
Item 6.6	(-) Gastos com vendas	R\$ 1.553,13
	<b>Subtotal 2</b>	<b>R\$ 2.334,39</b>
	3. Margem de contribuição (1-2)	R\$ 10.686,53
Item 6.9	4. (-) Custos fixos totais	R\$ 9.445,60
	5. Resultado Operacional (3-4)	<b>R\$ 1.240,93</b>

## 6.11 Indicadores de viabilidade

### 6.11.1 Ponto de equilíbrio

Considerando os valores mensais abaixo:

**-Receita total:** R\$ 13.020,92

**-Custos variáveis totais:** R\$ 2.334,39

**-Custos fixos totais:** R\$ 9.445,60

Teríamos o **índice da margem de contribuição** = Margem de contribuição = 10.686,53=

Receita total                  13.020,92

**I.M.C= 0,82**

Calculando o **ponto de equilíbrio**= Custo fixo total = R\$ 9.445,60 = **R\$ 11.519,02**  
Índice da marg. de contr.                  0,82

Logo, é necessário que a INOVE tenha uma receita total de R\$ 138.228,24 ao ano (12x R\$11.519,02 ) para cobrir os seus custos.

### 6.11.2 Lucratividade

Considerando os valores anuais abaixo:

-**Receita total:** R\$ 156.251,04 (13.020,92 x12)

-**Lucro líquido:** R\$ 14.891,16

$$\text{Teríamos a lucratividade} = \frac{\text{lucro líquido}}{\text{Receita total}} = \frac{14.891,16}{156.251,04} \times 100 = 9,53\%$$

Isto significa que sob os R\$ 156.251,04 de receita total “sobram” R\$ 14.891,16 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 9,53 % ao ano.

### 6.11.3 Rentabilidade

Considerando os valores abaixo:

- **Lucro líquido:** R\$ 14.891,16/ ano

- **Investimento total:** R\$ 45.786,93

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{lucro líquido}}{\text{Investimento total}} \times 100$$

Teríamos uma rentabilidade de **33,52%** ao ano. Isto significa que, a cada ano, o empresário obtém esse percentual do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

## 6.16 Prazo de retorno do investimento

Considerando os valores abaixo:

- **Lucro líquido:** R\$ 14.891,16/ ano

- **Investimento total:** R\$ 45.786,93

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{\text{investimento total}}{\text{Lucro líquido}} = \frac{45.786,93}{14.891,16} = 3,07 \cong 03 \text{ anos}$$

Isso significa que três anos após o inicio das atividades da corretora, o empreendedor terá recuperado, sob forma de lucro, tudo que gastou com a montagem do negócio.

## 7 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

	Cenário provável	Cenário pessimista 1	Cenário otimista 1	Cenário otimista 2
Descrição	R\$	R\$	R\$	R\$
1. Receita total com vendas	R\$ 13.020,92	R\$ 10.050,00	R\$ 16.120,00	R\$ 18.328,00
2. Custos variáveis totais				
(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) Impostos sobre a vendas	R\$ 781,26	R\$ 603,00	R\$ 967,20	R\$ 1.099,68
(-) Gastos com vendas	R\$ 1.553,13	R\$ 1.144,50	R\$ 1.891,40	R\$ 1.997,06
<b>Subtotal 2</b>	<b>R\$ 2.334,39</b>	<b>R\$ 1.747,50</b>	<b>R\$ 2.858,60</b>	<b>R\$ 3.096,74</b>
3. Margem de contribuição (1-2)	R\$ 10.686,53	R\$ 8.302,50	R\$ 13.261,40	R\$ 15.231,26
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 9.445,60	R\$ 9.445,60	R\$ 9.445,60	R\$ 9.445,60
<b>5. Resultado Operacional (3-4)</b>	<b>R\$ 1.240,93</b>	<b>-R\$ 1.143,10</b>	<b>R\$ 3.815,80</b>	<b>R\$ 5.785,66</b>

Ações corretivas e preventivas:

Para o cenário provável, levou-se em consideração que a INOVE comercializará o mix de produtos disponíveis, obtendo uma corretagem mesclada e alcançando um faturamento positivo ao final do mês. Por outro lado, o cenário “pessimista 1” seria um insucesso dessa estratégia. Como existe a probabilidade disso ocorrer, é indicado que a Inove pratique essa estratégia multiramo (até como forma de angariação de novos clientes), porém que não seja a sua inicial.

Se tratando do “cenário otimista 1”, foi criada uma estratégia com foco nos produtos de automóvel, RE e saúde, onde o automóvel permaneceu o mesmo faturamento do “cenário provável”, aumentou-se 30% de faturamento nos ramos de RE e Saúde e para os demais produtos não houve comercialização.

Por fim, no “cenário otimista 2”, considerou-se a mesma lógica do “cenário otimista 1”, porém estabelecendo que a corretora comercializou valores mínimos dos demais produtos.

## 8 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como propósito verificar a viabilidade da abertura de uma corretora de Seguros, especificadamente a INOVE CORRETORA, mas que serve de parâmetro para outros empreendedores do mesmo ramo. Vale ressaltar que o plano de negócios é um instrumento ideal para traçar um retrato real do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou mesmo ampliar ou promover inovações em seu negócio.

De acordo com o SEBRAE (2013) um plano de negócios é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. [...] Permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Sendo assim, a INOVE mostra-se apta a um bom desempenho no mercado levando em conta os prováveis cenários construídos e os números levantados neste trabalho. Além disso, fica evidente que a abertura do negócio trará bons resultados ao empreendedor que até então jamais pensou em ter seu próprio negócio.

Todavia, faz-se necessário a manutenção constante desse plano para que as informações aqui contidas possam ser fiéis com a realidade, uma vez que o trabalho foi elaborado para a criação do negócio e como sabemos o mercado é dinâmico e muda constantemente, assim como as estratégias da corretora também poderão mudar.

O mais importante é entender que este plano deverá ser um mapa de percurso para o êxito do negócio.

## **REFERÊNCIAS**

**ANS. A ANS: Quem somos.** Disponível em: <<http://www.ans.gov.br/>> Acesso em: 10 ago. 2017.

**BANCO BRADESCO. Sobre o Bradesco.** Disponível em: <[banco;bradesco](http://www.banco;bradesco)> Acesso em: 01 ago. 2017.

**BRADESCO SEGUROS. Sobre a Bradesco Seguros.** Disponível em: <[www.bradescoseguros.com.br/](http://www.bradescoseguros.com.br/)> Acesso em: 09 ago. 2017.

**COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS.** Brasília: SEBRAE, 2013. 158 p.

**CHIAVENATO, Idalberto. Vamos abrir um negócio?** São Paulo: Makron Books, 1995. 140p.

**CNSEG. História do seguro no Brasil.** Disponível em: <<http://cnseg.org.br/>> Acesso em: 01 out. 2017.

**DONELAS, J. C. A. Plano de negócios:** seu guia definitivo. São Paulo: Empreende editora, 2016. 136 p.

**FENACOR. Corretores ativos.** Disponível em: <<http://www.fenacor.org.br/Servicos/CorretoresAtivos>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

FENACOR. Disponível em: <<https://www.fenacor.org.br/>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

**FUNENSEG. Historia do seguro. Youtube.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vENBCxTIUkA>> Acesso em: 05 out. 2017

**IBGE. Cidades.** Disponível em: <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)> Acesso em: 15 out. 2017.

**SUSEP. A SUSEP.** Disponível em: <<http://www.susep.gov.br>> Acesso em: 17 set. 2017.

## APÊNDICE A – MODELO CANVAS

CANVAS - INOVE CORRETORA DE SEGUROS				
Parceiros Chave	Atividades Chave	Proposta de Valor	Rel. com o Cliente	Segmento de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>Agência bancária</li> <li>Seguradoras</li> <li>Estabelecimentos comerciais (restaurantes, lanchonetes, barbearias etc)</li> <li>Digitais influencer</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Garantir atendimento e pós venda de qualidade;</li> <li>Bom relacionamento com as seguradoras</li> <li>Realizar cotações rápidas</li> <li>Mantenir bom relacionamento com os clientes</li> <li>Contato pessoal com o cliente</li> <li>Supporte em sinistros</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Prestar consultoria de qualidade ao cliente na escolha do serviço/seguradora que melhor atenda as suas necessidades.</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Atendimento personalizado</li> <li>Redes sociais</li> <li>Através de parceiras comerciais</li> <li>pós-venda</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Pessoas da classe A e B, residentes principalmente na cidade de Guarabira e circunvizinhas.</li> </ul>
	 <b>Recursos Chave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Escritório comercial</li> <li>Infraestrutura de TI e comunicação</li> <li>Telefone (mínimo duas operadoras)</li> <li>Carro</li> <li>Mão de obra especializada</li> </ul>	 <b>Canais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vendas diretas</li> <li>Redes sociais</li> <li>Parceiros comerciais</li> <li>Agência bancária</li> </ul>		
		 <b>Estrutura de Custos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ferramenta de gestão de clientes</li> <li>Marketing para divulgação da Corretora (cartões de visita, divulgação em redes sociais, artes de propagandas etc)</li> <li>Entregador de documentos (motoboy)</li> <li>Água, luz e telefone</li> <li>Material de escritório</li> <li>Estagiário</li> </ul>	 <b>Fluxo de Receitas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Corretagem sobre os serviços comercializados</li> <li>Corretagem por meio da atuação direta em agência bancária</li> <li>Participação nos Lucros</li> </ul> <p>OBS: Podendo ser recebido apenas de forma única após a conclusão da venda ou mensalmente através de carteiras vitalícias.</p>	

## **APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO/ DE ANÁLISE DE MERCADO**

### **QUESTIONÁRIO**

Este questionário corresponde a uma investigação sobre quais fatores interferem na decisão do consumidor tanto na aquisição de um seguro como na escolha de um Corretor. As informações aqui registradas são para finalidade meramente acadêmica e não haverá qualquer identificação do respondente.

#### **PERFIL DO CONSUMIDOR:**

##### ***Qual sua idade?***

- a) [ ] Até 20 anos
- b) [ ] Acima de 20 até 30 anos
- c) [ ] Acima de 31 até 45 anos
- d) [ ] Acima de 46 até 60 anos
- e) [ ] Acima de 61 anos

##### ***Qual seu sexo?***

- a) [ ] Masculino
- b) [ ] Feminino

##### ***Qual o seu estado civil?***

- a) [ ] Solteiro(a)
- b) [ ] Casado(a)
- c) [ ] Outro

##### ***Qual o seu nível de escolaridade?***

- a) [ ] Ensino fundamental completo b) [ ] Ensino médio completo c) [ ] Superior completo
- d) [ ] pós-graduação completa

##### ***Qual a sua renda familiar mensal?***

- a) [ ] Até R\$ 1000,00
- b) [ ] Acima de R\$ 1001,00 até R\$ 2000,00
- c) [ ] Acima de R\$ 2001,00 até R\$ 3000,00
- d) [ ] Acima de R\$ 3001,00 até R\$ 4000,00
- e) [ ] Acima de R\$ 4001,00

##### ***Qual a sua profissão?***

- a) [ ] Estudante b) [ ] Assalariado c) [ ] Profissional liberal d) [ ] Autônomo e) [ ] Empresário

##### ***Em qual cidade você possui residência fixa?***

- a) [ ] Guarabira b) [ ] Belém c) [ ] Araçagi d) [ ] Mulungu e) [ ] Pirpirituba f) [ ] João Pessoa
- g) [ ] Outras

**PERGUNTAS RELACIONADAS AO SEGURO DE MODO GERAL**. Os seguros para esta pesquisa são considerados: **PLANO DE SAÚDE, AUTOMÓVEL, RESIDENCIAL, EMPRESARIAL OU SEGURO DE VIDA**.

**1 ) Você possui algum tipo de seguro?**

- a) [ ] Sim [ ] Não.

**Se “NÃO”, favor responder as questões nº 2 e 3 abaixo. Se “SIM”, pule para questão nº 4 :**

**2) Quais desses fatores fizeram você não adquirir um seguro?**

- a) [ ] Valor muito alto b) [ ] desinteresse c) [ ] Não conheço sobre o assunto  
d) [ ] Experiência negativa de amigos e) [ ] Outro \_\_\_\_\_

**3) A seguir, temos uma série de afirmações relacionadas à sua avaliação da área de métodos quantitativos. Pedimos que seja apontado o quanto você CONCORDA ou DISCORDA de cada uma delas. Na escala, 1 indica discordância total, 5 concordância total, e os demais valores indicam níveis intermediários de concordância:**

Afirmiação	Escala de concordância									
<u>Aquisição de um seguro</u>										
Fecharia um seguro caso uma corretora se instalasse em minha cidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Com certeza fecharia um seguro caso recebesse brindes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Seria facilmente convencido(a) a fechar um seguro se obtivesse descontos em estabelecimentos (de estética, farmácia, vestuários, acessórios automotivos, ou estabelecimentos comerciais)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Fecharia um seguro por influência de amigos										
Fecharia um seguro se de alguma forma tivesse certeza que minhas perdas seriam resarcidas com o seguro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Fecharia um seguro caso o preço fosse mais acessível	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Fecharia um seguro somente se eu presenciasse alguma situação que foi indispensável ter um seguro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Fecharia um seguro somente eu fosse convencido(a) da necessidade de se obter um seguro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Entendo que posso viver sem nenhum tipo de seguro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**>>> Caso tenha respondido “NÃO” na pergunta nº 1 pule para questão nº 8 :**

**4) Informe em qual Seguradora foi realizado o seu seguro abaixo, relacionando respectivamente. Caso não possua algum dos produtos mencionados, por gentileza, deixar em branco:**

**Legenda**

- 1 = Automóvel
- 2 = Seguro de Vida
- 3 = Plano de saúde
- 4 = Outros

<b>SEGURADORA/BANCO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
PORTO SEGURO	(      )	(      )	(      )	(      )
BRADESCO	(      )	(      )	(      )	(      )
MAPFRE	(      )	(      )	(      )	(      )
ALLIANZ	(      )	(      )	(      )	(      )
SULAMERICA	(      )	(      )	(      )	(      )
UNIMED	(      )	(      )	(      )	(      )
BANCO DO BRASIL	(      )	(      )	(      )	(      )
ITAU	(      )	(      )	(      )	(      )
CEF	(      )	(      )	(      )	(      )

**5 ) O que levou você a adquirir um seguro? ( marque as três opções que julga mais importantes)**

- a) [ ] Tranquilidade/medo de perder um bem
- b) [ ] Violência
- c) [ ] Custo Acessível
- d) [ ] Bom relacionamento com o corretor de amigos
- e) [ ] Influencia de amigos
- f) [ ] Segurança
- g) [ ] Maior quantidade de parcelas sem juros

**6) Qual foi o meio utilizado para a aquisição de seu seguro?**

- a) [ ] Central de Atendimento – 0800
- b) [ ] Atendimento pessoalmente através do Corretor de Seguros
- c) [ ] Aplicativo de Mensagens Instantâneas ( Por exemplo: whatsapp)
- d) [ ] Atendimento pessoalmente através de Agência Bancária

**7) O atendimento por um corretor seria melhor (marcar apenas uma alternativa):**

- a) [ ] No domicílio b) [ ] No escritório c) [ ] Outros: \_\_\_\_\_

**8) A seguir, temos mais uma série de afirmações relacionadas à sua avaliação. Pedimos que seja apontado o quanto você CONCORDA ou DISCORDA de cada uma delas, usando a mesma escala da questão 3 :**

Afirmiação	Escala de concordância									
<b>Percepção em relação ao corretor de seguros</b>										
Considero agilidade no atendimento como decisivo para fechar um seguro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Procuro principalmente custo ao fechar um seguro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Procuro principalmente qualidade ao fechar um seguro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Não discuto sobre valor de seguro. Bom relacionamento com o corretor é o que vale	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Prefiro fechar um seguro em um banco do que em uma corretora	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eu entendo totalmente o que faz um corretor de seguros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sinto-me muito feliz caso inaugurasse uma Corretora de Seguros em minha cidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Busco um corretor que esteja atualizado com os produtos do Mercado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Motivos que levariam a substituição de um Corretor de Seguros</b>										
Considero muito importante o tempo de mercado do corretor	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Trocaria de corretor caso recebesse um custo mais acessível de um concorrente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Trocaria de corretor caso outro corretor me oferecesse um produto de melhor qualidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Desejaria um corretor que possuísse total conhecimento dos produtos comercializados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Optaria por um corretor que tivesse total disponibilidade em me atender	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Deixaria meu corretor caso descobrisse que ele agiu com desonestidade em relação ao concorrente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Substituiria meu corretor por um inovador que me ofereça vantagens por ser seu cliente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**9) Por fim, se tratando de seguros, qual a primeira Seguradora que vem em sua mente?**

---

## APÊNDICE C – ANÁLISE DESCRIPTIVA (respostas das questões 3 e 8 do questionário do apêndice B)

Análise descritiva	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Fecharia um seguro caso uma corretora se instalasse em minha cidade	130	1	5	2,062	1,4877
Fecharia um seguro se obtivesse descontos em estabelecimentos (farmácia ou estabelecimentos comerciais)	130	1	5	3,339	1,8068
Fecharia um seguro se de alguma forma tivesse certeza que minhas perdas seriam resarcidas com o seguro	130	1	5	3,685	1,7029
Fecharia um seguro caso o preço fosse mais acessível	130	1	5	3,769	1,7589
Fecharia um seguro se entendesse melhor do assunto	130	1	5	3,6	1,7767
Fecharia um seguro se soubesse de alguma experiência positiva de amigos	130	1	5	3,008	1,8531
Entendo que posso viver sem nenhum tipo de seguro	130	1	5	3,377	1,8055
Considero que agilidade no atendimento é fundamental para adquirir um seguro	68	1	5	4,441	1,1114
Considero que o preço acessível é o fator que mais influencia na aquisição do seguro	68	1	5	4,118	1,1658
Considero que o serviço diferenciado é o fator que mais influencia na aquisição do seguro	68	1	5	4,309	0,9184
Bom relacionamento com o corretor é o que vale indiferente do preço	68	1	5	3,456	1,4906
Prefiro fechar um seguro em um banco do que em uma corretora	68	1	5	3,647	1,4117
Entendo totalmente o que faz um corretor de seguros	68	1	5	3,662	1,4722
Gostaria que houvesse outras corretoras de seguros localizadas em minha cidade	68	1	5	3,971	1,4349
Busco um corretor que esteja atualizado com os produtos do Mercado	68	1	5	4,662	0,9402
Considero muito importante o tempo de mercado do corretor	68	1	5	3,662	1,4722
Trocaria de corretor caso recebesse um preço mais acessível de um concorrente	68	1	5	3,779	1,4847
Trocaria de corretor caso outro corretor me oferecesse um produto de melhor qualidade, mesmo com o preço um pouco maior	68	1	5	3,074	1,5959
Optaria por um corretor que possuísse total conhecimento dos produtos comercializados	68	1	5	4,441	1,138
Optaria por um corretor que tivesse total disponibilidade em me atender	68	1	5	4,75	0,8703