

Anunciada na última reunião da Comissão de Inteligência de Mercado – CIM, da CNseg, em breve será lançada campanha publicitária da Confederação em parceria com a FenaPrevi, FenSeg e FenaSaúde, informaram Kirley Barsosa e Neide Fujioka, da Superintendência-Executiva de Comunicação e Imprensa, aos participantes da reunião de 23 de fevereiro.

Em seguida, Renato Padredi, Alexandra Guerreiro e Marco Chinatto, membros do GT Analytics da CIM apresentaram os resultados do trabalho referente à fase 2 que, após o mapeamento das tecnologias digitais utilizadas ou em que pretendem investir, investigou quais as variáveis para interpretar dados e gerar informações relevantes para a análise de mercado. O trabalho do GT Analytics também apresentou sugestões para a padronização da divulgação de dados e informações. Para isso, foram analisados relatórios disponíveis de empresas e outras instituições do setor nacional e internacional, além da realização de pesquisa junto às seguradoras.

Em relação aos índices financeiros que as seguradoras mais utilizam para a análise de mercado, a pesquisa identificou que os principais são: sinistralidade (13%), despesas de comercialização (12%), retorno sobre patrimônio líquido (10%) e margem de lucro líquido (10%). Já em relação às principais fontes externas de informações utilizadas pelas empresas, estão: Susep (32%), CNseg (25%) e Federações associadas à CNseg (18%). Abordando especificamente as publicações da CNseg, a mais consultada é a que traz as projeções de mercado (24%), a Conjuntura (19%), os estudos da CIM (17%) e a área de Análises e Estatísticas do Portal da CNseg (16%).

Quando questionadas sobre as informações externas mais importantes para o enriquecimento das análises de mercado, as seguradoras responderam que são, prioritariamente, as informações econômicas e índices financeiros, seguido dos números de crescimento do PIB e dos índices de desemprego/ocupação.

Já em relação às informações que gostariam de receber da Susep, mas que não estão disponíveis, as principais são: número de segurados em automóvel, de contratos de vida individual e de vida em grupo.

Entre as principais conclusões do estudo estão a da necessidade de padronização das nomenclaturas e dos agrupamentos de ramos de seguro.

Fonte: CNseg, em 07.03.2022