



**RELATÓRIO FINAL DE CONSULTORIA**  
**MRS Consultoria**

**Belo Horizonte**  
**2018**

**Marcelo Soares da Rocha**

**RELATÓRIO FINAL DE CONSULTORIA: MRS CONSULTORIA**

Relatório final de consultoria apresentado à disciplina CONSULTORIA EMPRESARIAL, do curso superior de Graduação em Administração, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Maximiliano Francisco de Oliveira

**Belo Horizonte**

**2018**

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>3</b>
<b>2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....</b>	<b>4</b>
<b>3. RESUMO DE ATIVIDADES.....</b>	<b>6</b>
<b>4. DIAGNÓSTICO.....</b>	<b>8</b>
<b>4.1 Gestão da Empresa.....</b>	<b>8</b>
<b>4.2 Marketing e Vendas.....</b>	<b>9</b>
<b>5. RECOMENDAÇÕES.....</b>	<b>11</b>
<b>5.1 Recomendações implementadas.....</b>	<b>11</b>
<b>5.2 Recomendações a implementar.....</b>	<b>12</b>
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>14</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>15</b>
<b>7. PROPOSTA.....</b>	<b>16</b>
<b>ANEXO I – Cronograma.....</b>	<b>18</b>
<b>ANEXO II – Análise F.O.F.A.....</b>	<b>19</b>
<b>ANEXO III – Pop e Fluxograma.....</b>	<b>20</b>
<b>ANEXO IV – E-mail Marketing.....</b>	<b>21</b>

## **INTRODUÇÃO**

Este é o relatório final apresentado à disciplina de CONSULTORIA EMPRESARIAL, desenvolvido no 8º período do curso de Administração de Empresas da Faculdade Minas Gerais - FAMIG. Foi desenvolvido um trabalho pela MRS Consultoria, pelo aluno Marcelo Soares da Rocha, na empresa Power Administradora e Corretora de Seguros, cuja principal atividade da empresa é o atendimento, prestação de serviços e venda na área de seguros no ramo de automóvel, residencial, empresarial e condomínio. A consultoria foi realizada no período de maio/2018 a junho/2018.

O trabalho da consultoria foi desenvolvido para a empresa obter melhores resultados e pulverizar sua carteira, conseqüentemente aumentar as vendas e fidelizar seus clientes no ramo de seguros. O principal objetivo do proprietário da corretora de seguros ao solicitar a consultoria junto à MRS, foi de identificar oportunidades e melhorar a divulgação para alcançar novos produtos, novos clientes e aumentar sua receita.

Nesse trabalho serão apresentadas as ações efetuadas, visitas realizadas e propostas sugeridas para alcançar os objetivos solicitados.

No relatório estão registrados uma breve caracterização da empresa, diagnóstico e todas as atividades desenvolvidas pelo consultor da MRS Consultoria.

## **CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA**

A empresa Power está localizada na rua Goitacazes, nº103, sala 1206, bairro Centro, em Belo Horizonte/MG, cujo proprietário é o Sr. Marco Antônio Tomich, que atua no mercado de seguros, especificamente, nos ramos de seguro de automóvel, residencial, empresarial e condomínio. A empresa iniciou suas atividades em 2013, após o proprietário decidir abrir sua própria corretora e desvincular do seu pai, Ronaldo Horta, que possui uma corretora e está nesse mercado há mais de 40 anos.

A história do proprietário, Marco Antônio, 42 anos, empresário, ensino médio completo, teve início há 25 anos quando sua primeira oportunidade de emprego foi na empresa do seu pai. A partir deste momento, ele iniciou suas atividades profissionais nesse ramo e se encantou, passou a ter interesse na profissão e começou as vendas como corretor autônomo. Em 2007, foi em busca da sua qualificação e realizou o curso para corretores de seguros, através do sindicato e órgãos que regulamentam o setor. Conseguiu, então, sua aprovação e habilitação para ser um corretor oficial e poder comercializar todos os ramos de seguros oferecidos atualmente no mercado pelas seguradoras de auto, saúde, vida, RE (ramos elementares) que é seguro residencial, condomínio, empresarial, entre outros.

Por ter talento e facilidade em se relacionar com as pessoas, foi se destacando bem na área de vendas e na administração da carteira de corretores autônomos que têm como parceiros na comercialização dos seguros.

Ao longo desse tempo, ele construiu sua carteira de clientes (segurados) e conta com os corretores autônomos que realizam suas vendas e possui sua própria clientela, utilizam da sua pessoa jurídica, uma corretora de seguros habilitada e possui os códigos nas seguradoras para vender, oferecer, fechar seus produtos e encaminhar os contratos para emissão das apólices. A empresa se constitui de 2 pessoas, um que é o proprietário e gestor responsável pela área comercial com as seguradoras, corretores autônomos e o financeiro. O outro, é um funcionário que

realiza as cotações dos seguros de automóvel, residencial, condomínio e empresarial e encaminha os contratos para seguradora. A corretora possui um sistema gerencial de controle no qual o gestor realiza o cadastro semanalmente das propostas de seguros que foram vendidas e, com isso, consegue identificar o responsável pela venda que foi realizada e, depois, a baixa das comissões para realizar o pagamento.

## RESUMO DE ATIVIDADES

A primeira visita realizada pela MRS Consultoria para Power Administradora e Corretora de Seguros aconteceu no dia 14 de maio de 2018. O consultor visitou a empresa com o objetivo de conhecer e entender suas necessidades. Houve uma conversa com o proprietário e com seu funcionário, para colher e obter informações relevantes e concretas para a consultoria. Foi realizado então, o relatório de diagnóstico, no qual percebemos que o gestor do negócio, Sr. Marco Antônio, demonstrou a necessidade de expansão das vendas de novos produtos, um marketing para divulgar na sua carteira de segurados e, com isso, fechar novos negócios em outros ramos de seguros que a corretora não atua, além de capacitar seus parceiros e funcionário.

Nessa conversa, teve uma descrição com um ponto muito relevante que foi informado no diagnóstico, de acordo com suas crenças, princípios e o futuro que se espera da empresa. O Sr. Marco Antônio, sugeriu que começasse a consultoria pelo setor de vendas para capacitar seus corretores autônomos e funcionário de um produto que a corretora não explora, que é o seguro de vida individual e realizar um marketing uma vez que está defasado e se encontra em dificuldade para divulgação aos seus clientes.

No dia 21/05/2018, na segunda visita, foi abordado os assuntos sobre a divulgação e os treinamentos para seus colaboradores na empresa. Desta forma, ele apresentou alguns dados da empresa que possui 5.600 clientes ativos e destes, 80% deles é pessoa física e 20% pessoa jurídica. Sua produção está segmentada em 95% no seguro de automóvel e apenas 5% nos demais ramos de seguro residencial, empresarial e condomínio.

Na terceira visita, em 28/05/2018, ficou acertado um cronograma de treinamentos para capacitação dos seus colaboradores e funcionário e definido um planejamento para venda do seguro de vida individual, criando uma divulgação da área de marketing da empresa, um acompanhamento e as formas de divulgação. Até o

presente momento, apenas utilizava como principal ferramenta de divulgação o e-mail que não é ativo e não possui nenhuma ação semanal nas redes sociais.

No dia 04/06/2018, na última visita, foi focada para a implantação das sugestões feitas pela MRS Consultoria, como os treinamentos e a utilização correta para divulgação nas redes sociais pelo *WhatsApp*, *e-mail*, *marketing* e *Facebook*. Semanalmente serão lançadas informações de produtos nessas mídias com informações do seguro de vida individual.

Apresentamos a ideia de descentralizar a função de divulgação nas redes sociais para seu funcionário e o proprietário apenas realizar gestão dessas informações e autorizar antes das postagens. Ficamos de fazer o acompanhamento inicial da implantação e das atividades que foram propostas pela consultoria.

Conseguimos, em parceria com uma seguradora, um cronograma de treinamentos e capacitação no seguro de vida individual para seus corretores autônomos, funcionário. Esse funcionário passa a ser um especialista e referência para ser um apoio nas vendas dos corretores autônomos, esclarecer sobre dúvidas do produto, realizar cotações e efetivar os contratos nas Cias. Após os treinamentos, conseguimos a criação de uma campanha para estimular as vendas de novos negócios no seguro de vida, criação de um *ranking* com uma meta mínima para ser elegível e, com isso, passamos a ter um acompanhamento da performance de cada um e mensurar quantos novos negócios foram fechados.

## 4. DIAGNÓSTICO

Após as visitas e a coleta de informações necessárias, em uma reunião com o gestor, Marco Antônio e o consultor da MRS Consultoria, foram desenvolvidos os seguintes diagnósticos de acordo com cada área.

O proprietário observou e informou uma falta da gestão da empresa em delegar e dividir suas atividades que hoje ficam concentrados sob sua responsabilidade. Possui um funcionário que realiza o atendimento aos corretores autônomos, cálculos dos seguros por e-mail e telefone.

Notamos que as ferramentas de comunicação estão defasadas e somente se utiliza o e-mail, quando se recebe alguma solicitação para responder ou encaminhar as informações. A corretora possui um site que está sem a devida utilização e divulgação e, no momento, não possui *marketing* nas redes sociais para os clientes da corretora e para prospectar novos clientes no mercado. Foi verificado que a corretora não tem um acompanhamento mensal e não faz análise F.O.F.A para saber seus pontos fortes, análise dos seus números para melhoria e não possui um cronograma de treinamentos para qualificar seus vendedores e funcionários. Para Valle (2016), são as muitas vantagens que o marketing digital traz às pequenas empresas, levando em conta alguns pontos como baixo custo, segmentação do público alvo e a mensuração dos resultados. Considerando todas as afirmações acima, o objeto foi a Power Administradora e Corretora de Seguros, uma pequena corretora relativamente nova no mercado que enfrenta muitos obstáculos.

### 4.1 Gestão da Empresa

Verificou que a empresa não realiza reunião mensal para avaliar as questões mais importantes como os pontos para melhoria, treinamentos realizados e divulgação do seguro de vida individual. Uma das soluções que a MRS Consultoria propôs foi realizar reuniões mensais para análise dos resultados, dividir as tarefas do responsável da empresa com seu funcionário e delegar mais responsabilidade para que ele realmente tenha tempo na parte estratégica da empresa. Ficou definido que

ele como proprietário/gestor da empresa ficará encarregado da parte comercial com seus colaboradores, seguradoras e da parte financeira da empresa. Seu funcionário, além das atividades já exercidas descritas acima, teve mais atribuições ao seu cargo e ficou responsável como especialista do seguro de vida individual. Ele passou a ser o apoio dos corretores, com foco na comercialização do produto e também responsável na divulgação nas redes sociais, e-mail *marketing*, *Facebook* e *WhatsApp*.

#### **4.2 Marketing e Vendas**

Não existia um cronograma de treinamentos para aprendizado, atualização e técnicas de vendas em relação ao produto e mercado.

A MRS Consultoria através do seu consultor, conseguiu realizar um cronograma de treinamentos em parceria com uma seguradora e agora passou a ser divulgado na empresa. Os treinamentos que foram indicados para o gestor da empresa têm como objetivo o trabalho realizado pela consultoria para ajudar no desenvolvimento do seu funcionário e os corretores autônomos para atingirem as vendas novas do seguro de vida individual e a fidelização da sua carteira. Entendemos que com conhecimento do produto seus corretores passam a oferecer, abordar e despertar o interesse dos clientes que já são da corretora no produto foco.

Segundo Kotler (2012) os melhores clientes potenciais de uma empresa são aqueles que já compraram seus produtos alguma vez. O que faz com que o grupo de consultoria desenvolva uma ação de vendas para carteira de clientes que eles já possuem na corretora e com isso, aumente as chances do fechamento de vendas novas e fidelizando esses clientes potenciais.

Ainda de acordo com Kotler (2012), em breve, poucos planos de marketing serão considerados completos sem um componente on-line significativo. Seguindo essa ideia apresentada por Kotler, foi incentivado criar uma página no *Facebook* e um grupo de *Whatsapp*, porém, que houvesse uma movimentação de conteúdo que chamasse a atenção dos clientes

A corretora possui apenas uma página na internet que não está sendo utilizada e não possui redes sociais como *Instagram* e *Facebook*. A MRS Consultoria observou que essas redes sociais são importantes para divulgação para clientes que já são da corretora e não tem conhecimento dos produtos oferecidos.

## 5. RECOMENDAÇÕES

### 5.1 Recomendações implementadas

#### GESTÃO:

<b>Recomendação:</b>	Foi sugerido para o gestor ficar responsável pelo comercial e financeiro.
<b>Evidências:</b>	Divisão de tarefas com seu funcionário
<b>Resultado:</b>	O gestor gostou e passou ter mais tempo estratégico na empresa e acompanhar o financeiro e as vendas. O funcionário passou a ser responsável pela postagem e divulgação nas redes sociais.

<b>Recomendação:</b>	Foi sugerido um cronograma de treinamentos
<b>Evidências:</b>	Criamos um cronograma para divulgação e acompanhamento dos corretores que vão realizar o treinamento (vide Anexo I).
<b>Resultado:</b>	Uma lista do cronograma disponível na empresa.

<b>Recomendação:</b>	Foi sugerido análise F.O.F.A
<b>Evidências:</b>	Realizado análise das oportunidades, fraquezas, forças e ameaças da empresa no ramo que atua (vide Anexo II).
<b>Resultado:</b>	Passou a ter clareza e conhecimento das suas forças, ameaças, fraquezas e oportunidades.

#### MARKETING E VENDAS

<b>Recomendação:</b>	Foi sugerido descrever os processos para venda de seguro de um novo cliente.
<b>Evidências:</b>	Anexo III realizado a descrição do processo para o procedimento necessário para realizar o cálculo do seguro.
<b>Resultado:</b>	Padronizar e ter um fluxograma do processo de venda.

<b>Recomendação:</b>	Implantação e padronização na assinatura de e-mail marketing para divulgação do seguro de vida.
<b>Evidências:</b>	Anexo IV print do e-mail marketing para divulgação.
<b>Resultado:</b>	Aumento na procura de clientes interessados no seguro de

	vida.
--	-------

## 5.2 Recomendações a implementar

### GESTÃO

<b>Sugestão:</b>	Implementar reuniões mensais
<b>Justificativa:</b>	A empresa não tinha essa prática para análise do desempenho e melhoria do resultado. Passou a ter indicadores das vendas novas e quais corretores estão focados nos objetivos da empresa.
<b>Quem poderá fazer:</b>	O próprio gestor
<b>Recurso (Custo):</b>	A empresa necessita de tempo para implementação, não tem custo que já possui um sistema que precisa ser atualizado com as vendas realizadas para extrair o relatório.

<b>Sugestão:</b>	Treinamento para Funcionário
<b>Justificativa:</b>	Através do treinamento a corretora passa a ter um especialista para ajudar nas vendas do seguro de vida.
<b>Quem poderá fazer:</b>	Os treinamentos serão realizados pelos funcionários e consultores da Porto Seguro.
<b>Recurso (Custo):</b>	A empresa necessita de tempo para implantação que os treinamentos seguem um cronograma da seguradora que fica disponível para os corretores de seguros e não tem nenhum custo.

### MARKETING E VENDAS

<b>Sugestão:</b>	A MRS Consultoria sugeriu que ele contrate uma empresa especializada para a criação e confecção de marketing digital para divulgação da marca e dos produtos para seus clientes e para o mercado.
<b>Justificativa:</b>	Ter um fluxo e padrão para divulgação
<b>Quem</b>	O gestor tem que procurar por alguma empresa ou pessoa que

<b>poderá fazer:</b>	trabalhe com mídias digitais no ramo de seguros.
<b>Recurso (Custo):</b>	Uma empresa nessa área tem o custo de R\$ 400 a 1.200,00

<b>Sugestão:</b>	Serão divulgados nas redes sociais informações de mercado e do produto foco que é o seguro de vida para carteira de clientes para despertar o interesse e saber que a corretora tem o produto.
<b>Justificativa:</b>	Postagem semanal no <i>Facebook</i>
<b>Quem poderá fazer:</b>	Seu funcionário será responsável pelas publicações semanais e o gestor autorização e acompanhamento.
<b>Recurso (Custo):</b>	Sem custo.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O trabalho realizado foi de extrema importância como aprendizado para colocar a teoria de forma prática em uma pequena empresa do ramo de seguros. A experiência como consultor, ajudou a ter uma visão importante nos conhecimentos adquiridos no curso de Administração que contribuiu profissionalmente para o desenvolvimento e melhoria da empresa.

É importante que as ações que foram propostas realmente sejam implementadas e concluídas para que o gestor consiga ter sua percepção nos resultados da sua empresa e consiga atingir o objetivo do trabalho que foi o aumento das vendas do seguro de vida, marketing e fidelização da sua carteira. Agradeço ao Sr. Marco Antônio Tomich Horta da empresa Power Administradora e Corretora de Seguros.

Chegamos à conclusão que o ramo de seguros está dinâmico e as ferramentas de divulgação em constante evolução e torna-se necessário capacitação contínua, aproveitar novas oportunidades e prospectar novos clientes nas redes sociais para o fortalecimento da sua marca.

## REFERÊNCIAS

KOTLER Philip, KELLER Kelvin L, **Administração de Marketing**, 14 ed. - São Paulo: Pearsom Education do Brasil, 2012. 582p

MAXIMIANO, Antônio. **Resenha do livro Introdução a Administração**, 3 a. Edição Revista e Ampliada

SECAF, Vera. **A importância da visão estratégica**. Setting Consultoria, São Paulo, 2015.

VALLE, Alberto. **Marketing digital para pequenas empresas**.2016. Disponível em: <http://www.empreendedoresweb.com.br/marketing-digital-para-pequenas-empresas/> Acesso em: 05 nov. 2016.

## **7. PROPOSTA**

### **PROPOSTA COMERCIAL – Nº 001/2018**

Ao Sr. Marco Antônio

Prezado (a),

Temos o grato prazer em apresentar-lhe a nossa proposta de consultoria.

#### **1. OBJETO DA PROPOSTA**

A presente proposta foi desenvolvida como estimativa inicial para desenvolvimento de treinamento do produto de vida e as ferramentas de marketing da empresa.

#### **2. ESCOPO PARA IMPLEMENTAÇÃO DO TREINAMENTO, MARKETING E VENDAS**

Implantação de um cronograma de treinamento para os colaboradores

A – Treinamentos para funcionário e corretores autônomos para capacitar e desenvolver as vendas do seguro de vida e sua divulgação;

B – Análise F.O.F.A;

C – Padronização e Fluxograma do processo de venda para um novo cliente

#### **3. PROGRAMAÇÃO**

Implementação do treinamento para os colaboradores da empresa.

- Os treinamentos do seguro de vida serão ministrados em parceria com a Porto Seguro nas datas do cronograma realizado, a MRS Consultoria preza pela qualidade dos seus serviços, por esse motivo será realizado com acompanhamento do consultor no desenvolvimento desses profissionais.

#### **4. INVESTIMENTO**

- R\$ 1.500,00 (quinhentos reais)

#### **Forma de pagamento**

1º Pagamento 50% no início das atividades = R\$ 750,00.

2º Pagamento 50% após o último treinamento = R\$ 750,00.

**VALIDADE DA PROPOSTA: 30 DIAS**

#### **CONTATO COMERCIAL**

Para esclarecimentos desta proposta, favor entrar em contato:

**Marcelo Rocha**

**Telefone: 31 - 9 9693-6267**

**E-mail: [marcelo.rocha@hotmail.com](mailto:marcelo.rocha@hotmail.com)**

Atenciosamente,

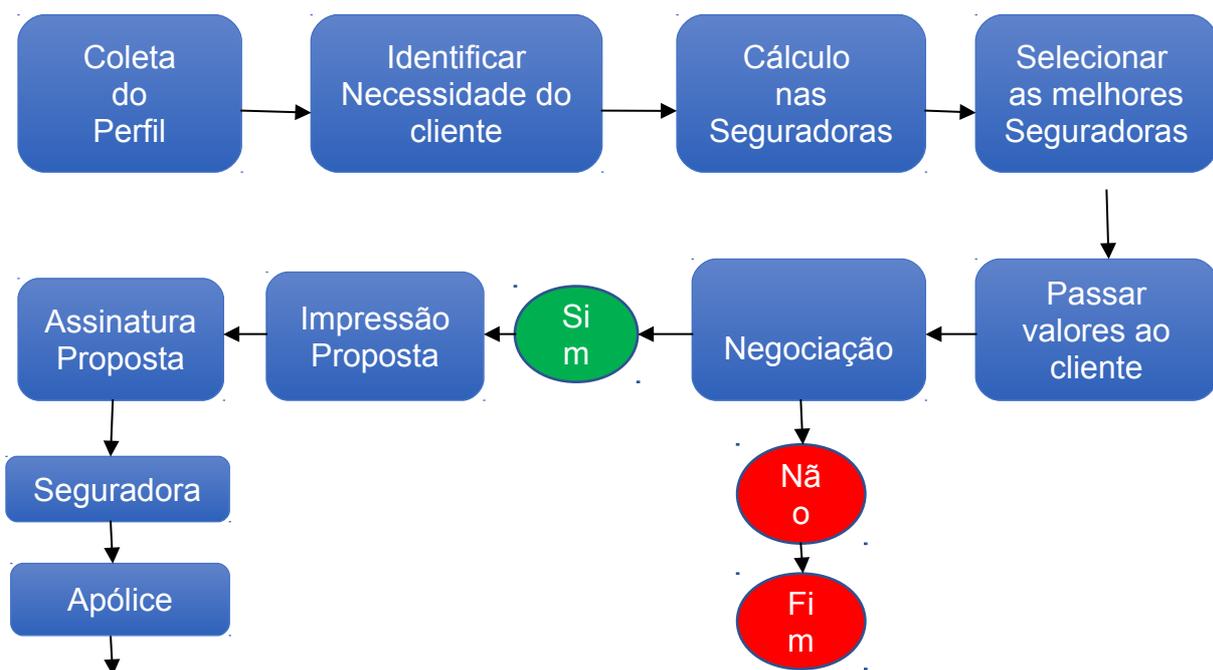
Marcelo Rocha  
Diretor/Consultor

**ANEXO I – Cronograma**

<b>Cronograma de Treinamentos</b>		
<b>2º Semestre</b>		
<b>Cursos e Treinamentos</b>	<b>Data</b>	<b>Horário</b>
Vida Individual	28/06/2018	09h às 18h
Neurolinguística	05/07/2018	09h às 18h
Ferramentas Digitais em Seguros	17/07/2018	09h às 18h
Como abordar cliente e vender ideias	07/08/2018	09h às 18h
Vendas online em telefonia	13/09/2018	09h às 18h

## ANEXO II – Análise F.O.F.A

<b>Análise interna</b>	
<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antecipação de comissão;</li> <li>• Credibilidade junto aos corretores;</li> <li>• Bom relacionamento com as seguradoras;</li> <li>• Condições comerciais diferenciadas do mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Custo fixo alto, despesas com aluguel, folha de pagamento;</li> <li>• Falta de novos produtores para aumentar a prospecção de clientes;</li> <li>• Divulgação;</li> <li>• Falta de mão de obra especializada.</li> </ul>
<b>Análise Externa</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar sua equipe de vendas;</li> <li>• Trabalhar com novos produtos;</li> <li>• Venda online;</li> <li>• Marketing Digital;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência por parte de outros produtores de venda;</li> <li>• Concorrências dos bancos;</li> <li>• Concorrências com associações de proteção veicular;</li> </ul>

**ANEXO III – Pop e Fluxograma**



## ANEXO IV – E-mail Marketing

### Antes



**Marco Antônio Tomich Horta**  
Tel: (31) 2510-1818 Cel: 98979-5325  
E-mail: [contato@powerseguros.com](mailto:contato@powerseguros.com)  
Visite nosso site: [www.powerseguros.com](http://www.powerseguros.com)

Fonte: e-mail Marco Antônio

### Depois



**Power**  
Corretora de Seguros

**Marco Antônio Tomich Horta**  
Tel: (31) 2510-1818 Cel: 98979-5325  
E-mail: [contato@powerseguros.com](mailto:contato@powerseguros.com)  
Visite nosso site: [www.powerseguros.com](http://www.powerseguros.com)

### **Seguro de Vida Individual**

O Seguro de Vida Individual traz mais tranquilidade para você e sua família com diversas opções de contratação e coberturas feitas sob medida para suas necessidades.

*Faça agora sua cotação!*

Fonte: e-mail Marco Antônio