

NEUTRON Consultoria e Sistemas Ltda.



Rua Oscar Freire, 1319, Conj. 11
Jardins - São Paulo, SP
CEP 05409-010
☎ (11) 3064-8454
✉ www.neutron-consultoria.com.br

Pesquisa de Opinião

Julho/2005



Versão 1.0



SUMÁRIO

1. Introdução
2. Metodologia da Pesquisa
3. Resultados Obtidos
4. Conclusões
5. Questionário



1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho foi fazer um diagnóstico de como o mercado pretende se posicionar nos próximos anos, a partir de pesquisa realizada nos meses de julho e agosto de 2005 junto aos profissionais deste setor.

2. METODOLOGIA DA PESQUISA

Para viabilizar a consulta a um grupo de personalidade do mercado, dispersos geograficamente no território brasileiro, resolveu-se aplicar a técnica **Delfos**. A técnica **Delfos** consiste na consulta a especialista por entrevistas estruturadas com refinamentos sucessivos.

Foram elaboradas 9 perguntas, sendo que para cada pergunta existia uma relação de opções e os participantes deveriam expressar suas prioridades, sendo aconselhado mencionar até 3 prioridades.

3. RESULTADOS OBTIDOS

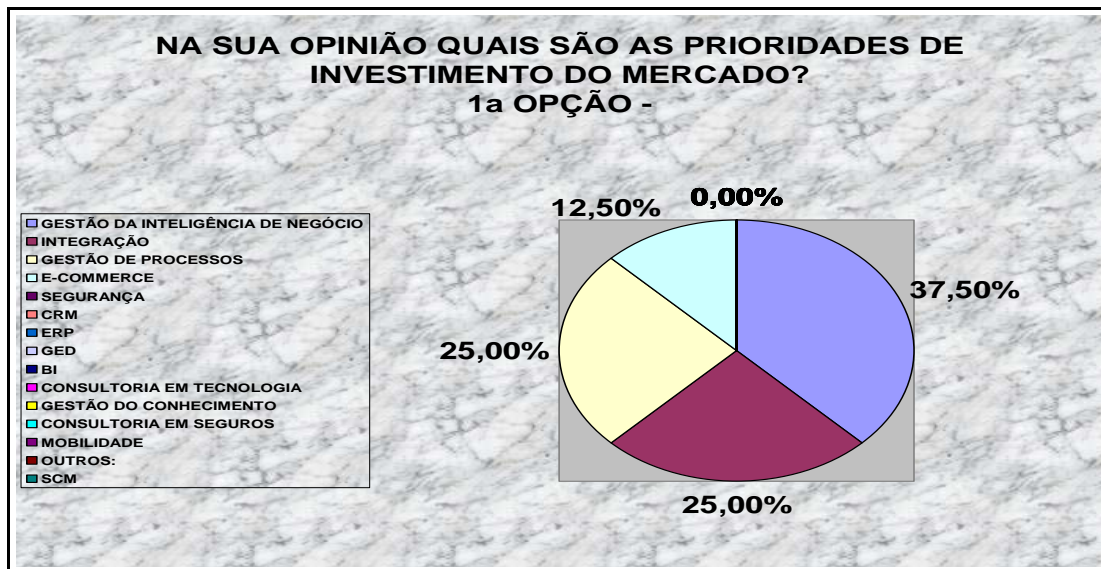
Por simplificação, esta avaliação foi dividida metodologicamente em 3 partes, conforme descrito a seguir:

- Necessidade do Mercado: Neste tópico, analisamos as principais carências de investimento do mercado;
- Estratégia do Mercado: Em seguida, as características estratégicas dos projetos;
- Modelo de Negócio: Neste, as características operacionais.

3.1. Necessidade do Mercado

3.1.1. Neste segmento foram elaboradas 3 perguntas

3.1.1.1. 1ª PERGUNTA



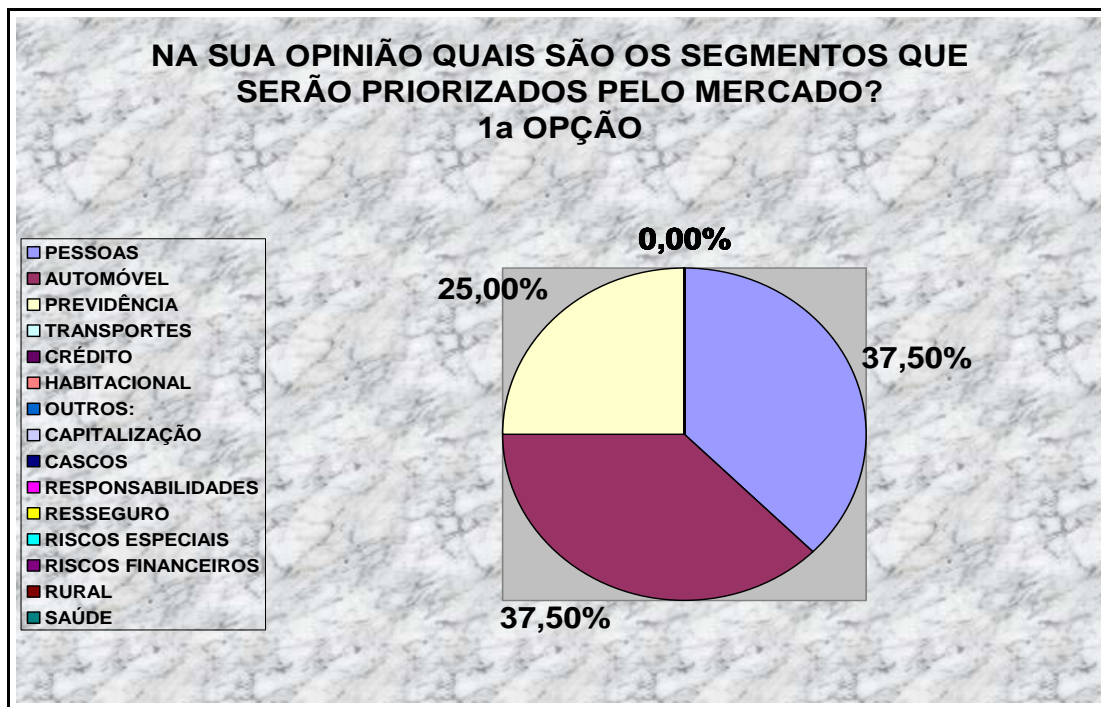
Conforme mencionado, este tópico consiste em analisar as principais carências do mercado, como **1ª opção de investimento** tivemos uma preocupação muito grande na opção **INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIO**, em 2º lugar, empatadas, tivemos **INTEGRAÇÃO** e **GESTÃO DE PROCESSOS**, em 3º lugar ficou o **E-COMMERCE**.

2a OPÇÃO		3a OPÇÃO	
ITENS	Total	ITENS	Total
GESTÃO DE PROCESSOS	25,00%	BI	37,50%
BI	25,00%	E-COMMERCE	37,50%
SEGURANÇA	12,50%	CRM	12,50%
CONSULTORIA EM TECNOLOGIA	12,50%	GED	12,50%
GESTÃO DA INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIO	12,50%	SEGURANÇA	0,00%
GED	12,50%	INTEGRAÇÃO	0,00%
CRM	0,00%	GESTÃO DO CONHECIMENTO	0,00%
ERP	0,00%	GESTÃO DE PROCESSOS	0,00%
E-COMMERCE	0,00%	GESTÃO DA INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIO	0,00%
CONSULTORIA EM SEGUROS	0,00%	MOBILIDADE	0,00%
GESTÃO DO CONHECIMENTO	0,00%	ERP	0,00%
INTEGRAÇÃO	0,00%	SCM	0,00%
MOBILIDADE	0,00%	OUTROS:	0,00%
OUTROS:	0,00%	CONSULTORIA EM TECNOLOGIA	0,00%
SCM	0,00%	CONSULTORIA EM SEGUROS	0,00%
Total geral	100,00%	Total geral	100,00%

Na **2ª opção** ocorreu uma maior distribuição de prioridade, sendo que a **GESTÃO DE PROCESSOS** permanece com bastante destaque, empatada com o **BI**, em seguida tivemos 4 opções empatadas (**SEGURANÇA**, **CONSULTORIA EM TECNOLOGIA**, **GESTÃO DA INTELIGÊNCIA DO NEGÓCIO** e **GED**).

Na **3ª opção** voltou a ter uma grande concentração, sendo quem apareceu com grande destaque foram as opções **BI** e **E-COMMERCE**.

3.1.1.2. 2ª PERGUNTA



Os segmentos de **PESSOAS** e **AUTOMÓVEL** ainda permanecem sendo as principais prioridades do mercado.

2a OPÇÃO		3a OPÇÃO	
ITENS	Total	ITENS	Total
PESSOAS	37,50%	RESSEGURO	25,00%
SAÚDE	25,00%	PREVIDÊNCIA	25,00%
PREVIDÊNCIA	25,00%	PESSOAS	25,00%
HABITACIONAL	12,50%	AUTOMÓVEL	12,50%
TRANSPORTES	0,00%	CAPITALIZAÇÃO	12,50%
CRÉDITO	0,00%	TRANSPORTES	0,00%
OUTROS:	0,00%	OUTROS:	0,00%
AUTOMÓVEL	0,00%	CASCOS	0,00%
CASCOS	0,00%	HABITACIONAL	0,00%
RESPONSABILIDADES	0,00%	RESPONSABILIDADES	0,00%
RESSEGURO	0,00%	CRÉDITO	0,00%
RISCOS ESPECIAIS	0,00%	RISCOS ESPECIAIS	0,00%
RISCOS FINANCEIROS	0,00%	RISCOS FINANCEIROS	0,00%
RURAL	0,00%	RURAL	0,00%
CAPITALIZAÇÃO	0,00%	SAÚDE	0,00%
Total geral	100,00%	Total geral	100,00%

Como 2ª opção, o segmento de **PESSOAS** é o campeão, destacando-se também os segmentos onde o estado está fragilizado: **SAÚDE** e **PREVIDÊNCIA**.

Na 3ª opção aparece como novidade o segmento de **RESSEGURO**.

3.1.1.3. 3a PERGUNTA



Nesta pergunta, o tema **SEGUROS MASSIFICADOS** teve uma votação bastante significativa. Em seguida vieram as preocupações com a **FRAUDE** e **GOVERNANÇA CORPORATIVA**.

2a OPÇÃO		3a OPÇÃO	
ITENS	Total	ITENS	Total
FRAUDE	42,86%	OUVIDORIA	40,00%
OUVIDORIA	28,57%	SEGUROS MASSIFICADOS	20,00%
SEGUROS MASSIFICADOS	14,29%	GOVERNANÇA CORPORATIVA	20,00%
GOVERNANÇA CORPORATIVA	14,29%	FRAUDE	20,00%
OUTROS:	0,00%	OUTROS:	0,00%
Total geral	100,00%	Total geral	100,00%

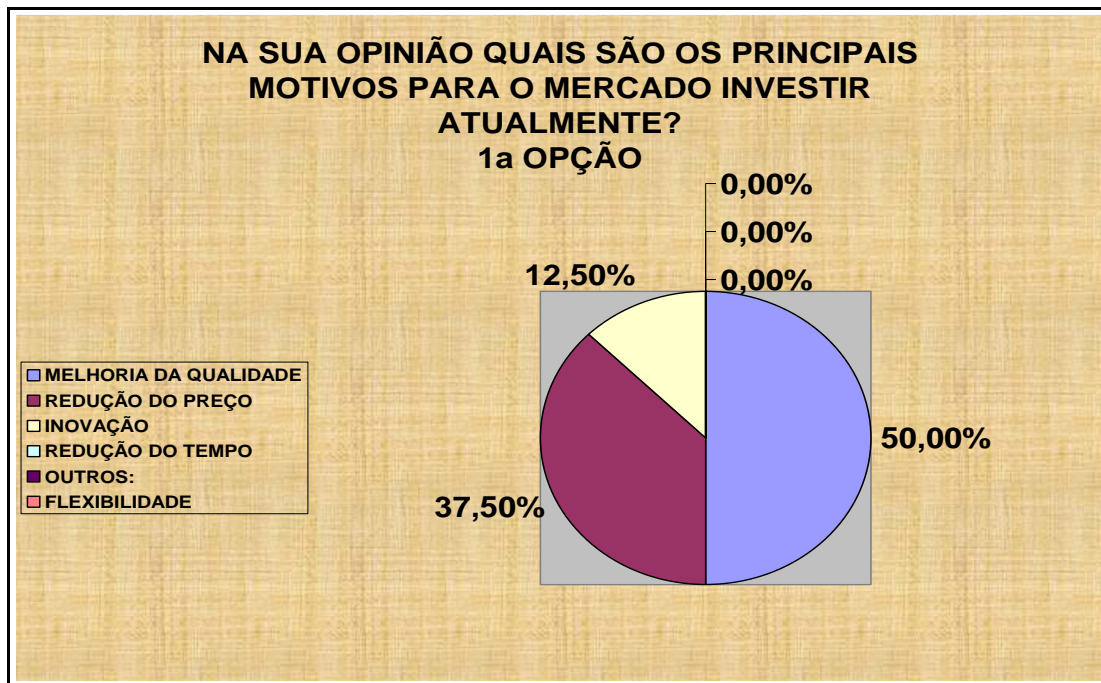
Na 2ª opção a **FRAUDE** ganhou ainda mais destaque e começou a despontar o tema **OUVIDORIA**.

Na 3ª opção o tema **OUVIDORIA** ratificou sua votação na 2ª opção.

3.2. Estratégia do Mercado

3.2.1. Neste segmento foi efetuada 1 pergunta

3.2.1.1. PERGUNTA



A pesquisa apontou a preocupação das empresas na **MELHORIA DA QUALIDADE**, em seguida vieram **REDUÇÃO DO PREÇO** e **INOVAÇÃO**.

2a OPÇÃO		3a OPÇÃO	
ITENS	Total	ITENS	Total
REDUÇÃO DO TEMPO	28,57%	MELHORIA DA QUALIDADE	33,33%
REDUÇÃO DO PREÇO	28,57%	INOVAÇÃO	33,33%
FLEXIBILIDADE	14,29%	REDUÇÃO DO TEMPO	16,67%
MELHORIA DA QUALIDADE	14,29%	REDUÇÃO DO PREÇO	16,67%
INOVAÇÃO	14,29%	FLEXIBILIDADE	0,00%
OUTROS:	0,00%	OUTROS:	0,00%
Total geral	100,00%	Total geral	100,00%

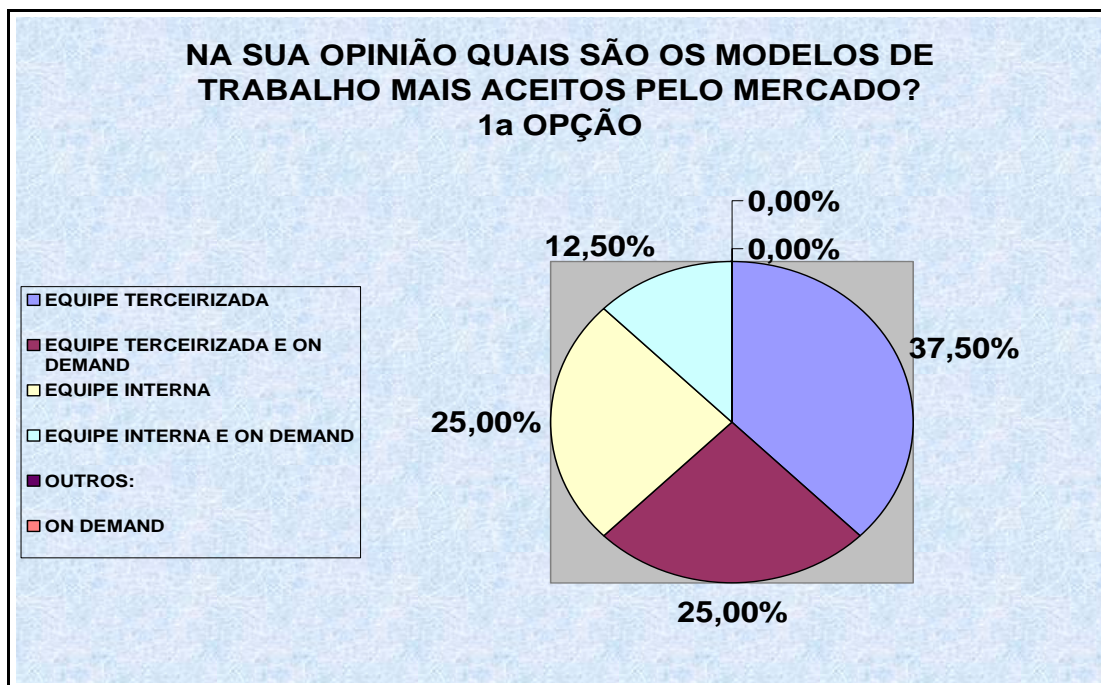
Na 2ª opção ficaram empatadas as opções **REDUÇÃO DO TEMPO** e **REDUÇÃO DO PREÇO**.

Na 3ª opção a opção **MELHORIA DA QUALIDADE** voltou a ter um destaque, agora acompanhado da **INOVAÇÃO**.

3.3. Modelo de Negócio

3.3.1. Neste segmento foram realizadas 5 perguntas

3.3.1.1. 1ª PERGUNTA



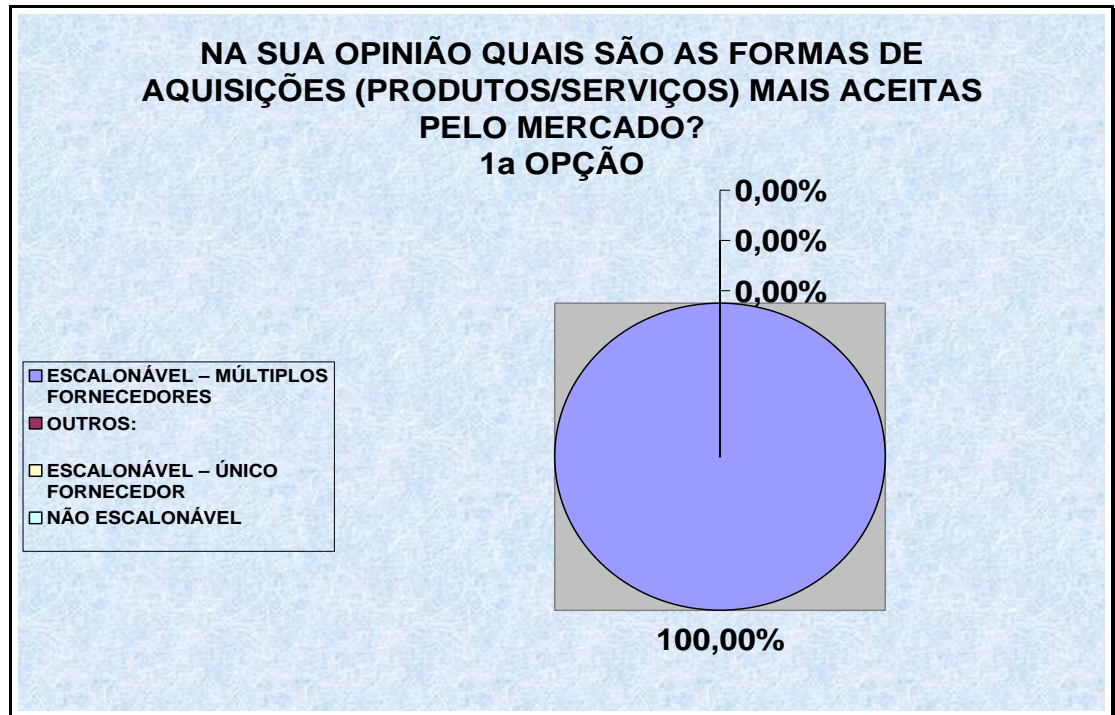
A pesquisa aponta que as empresas ainda têm uma excelente aceitação do modelo de **TERCEIRIZAÇÃO**.

2a OPÇÃO		3a OPÇÃO	
ITENS	Total	ITENS	Total
EQUIPE INTERNA E ON DEMAND	42,86%	EQUIPE TERCEIRIZADA E ON DEMAND	60,00%
EQUIPE INTERNA	28,57%	ON DEMAND	20,00%
ON DEMAND	14,29%	EQUIPE TERCEIRIZADA	20,00%
EQUIPE TERCEIRIZADA	14,29%	OUTROS:	0,00%
OUTROS:	0,00%	EQUIPE INTERNA	0,00%
EQUIPE TERCEIRIZADA E ON DEMAND	0,00%	EQUIPE INTERNA E ON DEMAND	0,00%
Total geral	100,00%	Total geral	100,00%

Na 2ª opção destaca-se a **EQUIPE INTERNA**, porém utilizando-se de serviços externos.

Na 3ª opção a **TERCEIRIZAÇÃO** voltou a ter uma grande votação.

2ª PERGUNTA



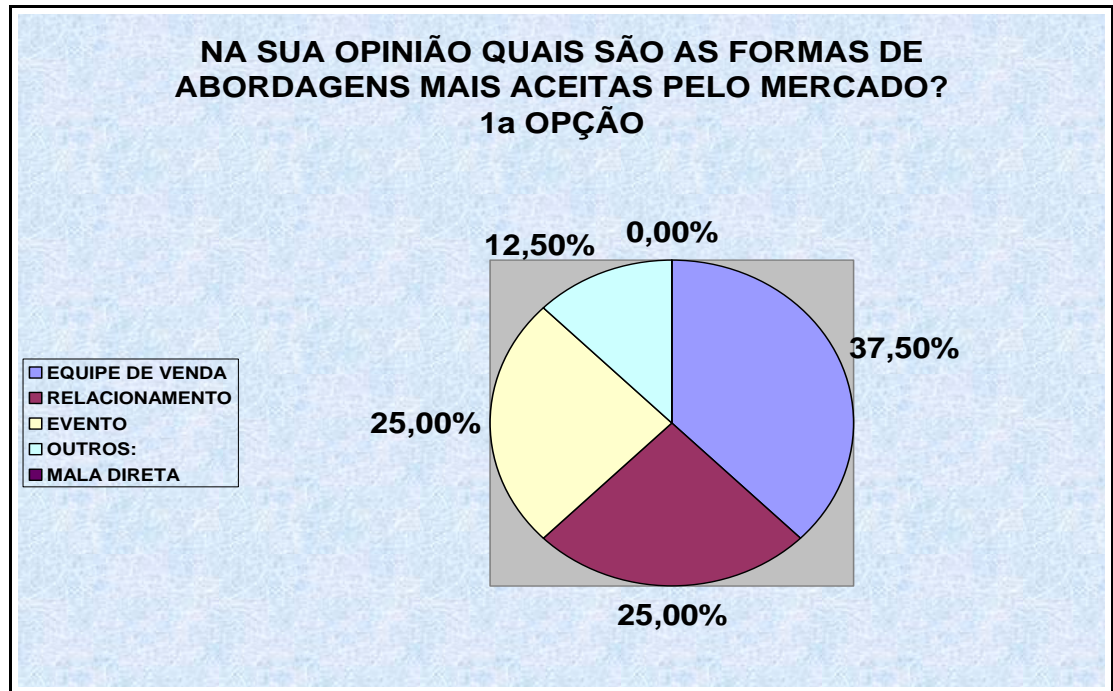
Nesta pergunta tivemos o 1º consenso: todos os entrevistados apontaram a melhor forma de trabalhar como sendo o modelo que permite crescer e não dependente de um único fornecedor, todos os entrevistados votaram na forma **ESCALONÁVEL – MÚLTIPLOS FORNECEDORES**.

2a OPÇÃO		3a OPÇÃO	
ITENS	Total	ITENS	Total
ESCALONÁVEL – ÚNICO FORNECEDOR	80,00%	OUTROS:	66,67%
OUTROS:	20,00%	NÃO ESCALONÁVEL	33,33%
ESCALONÁVEL – MÚLTIPLOS FORNECEDORES	0,00%	ESCALONÁVEL – MÚLTIPLOS FORNECEDORES	0,00%
NÃO ESCALONÁVEL	0,00%	ESCALONÁVEL – ÚNICO FORNECEDOR	0,00%
Total geral	100,00%	Total geral	100,00%

Na 2ª opção permanece o desejo de se trabalhar com modelos escalonáveis.

Na 3ª opção foi manifestado desejo de outras opções de aquisições.

3ª PERGUNTA



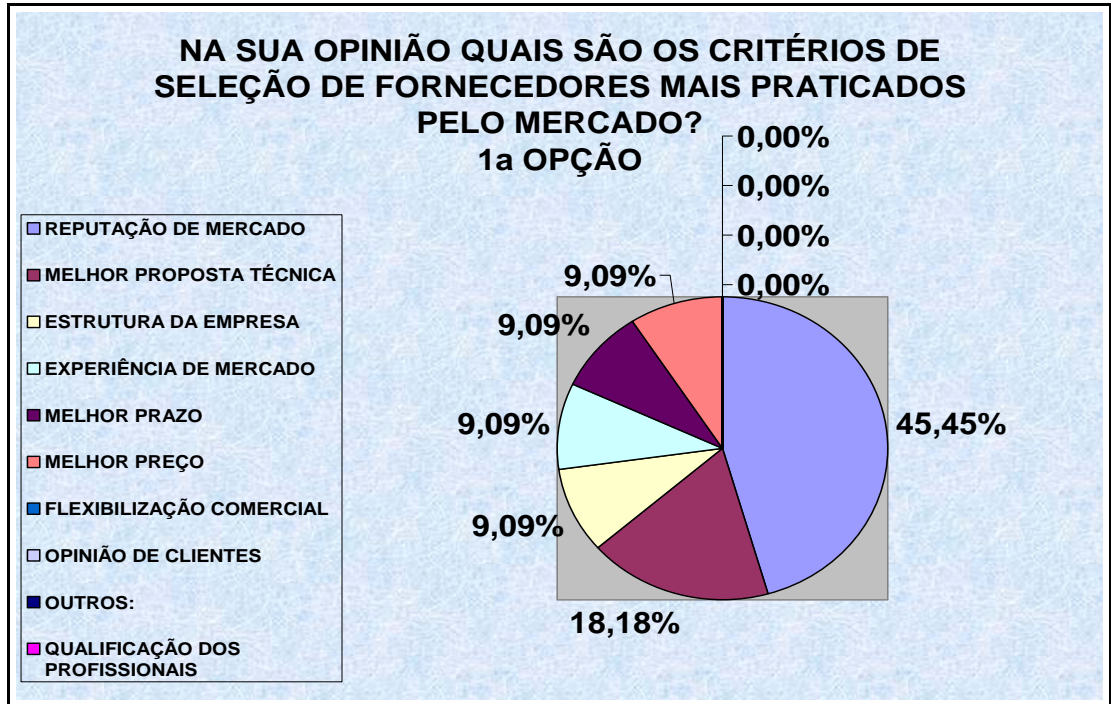
A **EQUIPE DE VENDA** aparece com destaque com relação à forma de abordagem e, empadas, logo a seguir vieram as opções **RELACIONAMENTO** e **EVENTOS**.

2ª OPÇÃO		3ª OPÇÃO	
ITENS	Total	ITENS	Total
RELACIONAMENTO	50,00%	MALA DIRETA	40,00%
EQUIPE DE VENDA	16,67%	RELACIONAMENTO	20,00%
EVENTO	16,67%	EVENTO	20,00%
MALA DIRETA	16,67%	EQUIPE DE VENDA	20,00%
OUTROS:	0,00%	OUTROS:	0,00%
Total geral	100,00%	Total geral	100,00%

Na 2ª opção o **RELACIONAMENTO** ratifica sua votação na 1ª opção.

Na 3ª opção aparece a **MALA DIRETA** como novidade, desbancando a opção **EVENTO**.

4ª PERGUNTA



A **REPUTAÇÃO DE MERCADO** teve quase da metade da votação, sendo seguida pela **MELHOR PROPOSTA TÉCNICA** e depois uma pulverização entre as outras opções.

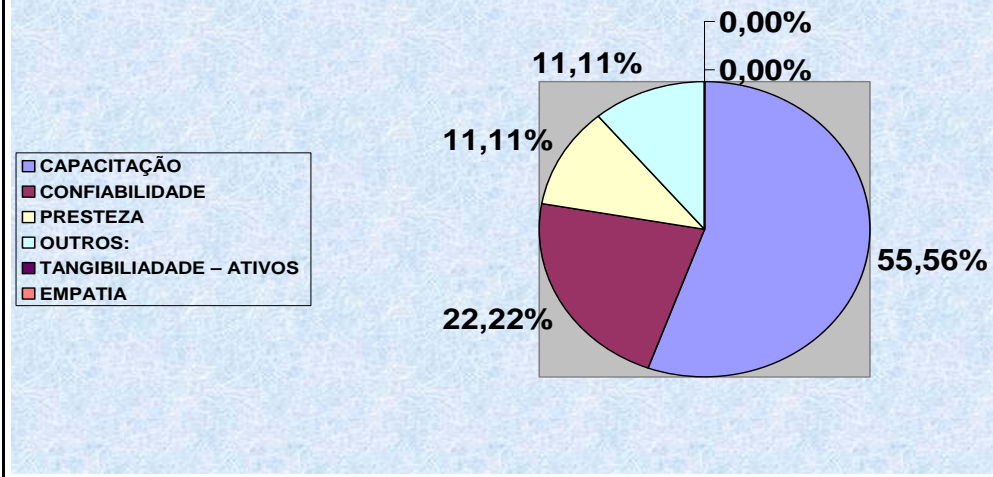
2a OPÇÃO		3a OPÇÃO	
ITENS	Total	ITENS	Total
MELHOR PROPOSTA TÉCNICA	33,33%	MELHOR PREÇO	37,50%
ESTRUTURA DA EMPRESA	16,67%	ESTRUTURA DA EMPRESA	25,00%
EXPERIÊNCIA DE MERCADO	16,67%	EXPERIÊNCIA DE MERCADO	25,00%
FLEXIBILIZAÇÃO COMERCIAL	16,67%	MELHOR PROPOSTA TÉCNICA	12,50%
MELHOR PREÇO	16,67%	REPUTAÇÃO DE MERCADO	0,00%
REPUTAÇÃO DE MERCADO	0,00%	FLEXIBILIZAÇÃO COMERCIAL	0,00%
MELHOR PRAZO	0,00%	MELHOR PRAZO	0,00%
OPINIÃO DE CLIENTES	0,00%	OPINIÃO DE CLIENTES	0,00%
OUTROS:	0,00%	OUTROS:	0,00%
QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS	0,00%	QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS	0,00%
Total geral	100,00%	Total geral	100,00%

Na 2ª opção a **MELHOR PROPOSTA TÉCNICA** teve o principal destaque e depois tivemos quatro opções empatadas.

Na 3ª opção apareceu o **MELHOR PREÇO** como destaque.

5ª PERGUNTA

NA SUA OPINIÃO QUAIS SÃO OS CRITÉRIOS PARA
VALORIZAÇÃO DOS FORNECEDORES MAIS
PRATICADOS PELO MERCADO?
1a OPÇÃO



A opção **CAPACITAÇÃO** teve mais da metade da votação, sendo seguida de longe pela **CONFIABILIDADE**.

2a OPÇÃO		3a OPÇÃO	
ITENS	Total	ITENS	Total
CONFIABILIDADE	66,67%	PRESTEZA	66,67%
CAPACITAÇÃO	33,33%	EMPATIA	33,33%
TANGIBILIDADE - ATIVOS	0,00%	TANGIBILIDADE - ATIVOS	0,00%
EMPATIA	0,00%	CONFIABILIDADE	0,00%
OUTROS:	0,00%	OUTROS:	0,00%
PRESTEZA	0,00%	CAPACITAÇÃO	0,00%
Total geral	100,00%	Total geral	100,00%

Na 2ª opção tivemos a **CONFIABILIDADE** ratificando sua votação na 1ª opção.

Na 3ª opção destacou-se a **PRESTEZA**, seguido da **EMPATIA**.



4. CONCLUSÕES

O estudo realizado sobre o mercado a partir das entrevistas, trouxe, pelo menos, 3 conclusões interessantes.

No tópico **NECESSIDADE DO MERCADO** o mercado está buscando alternativas que permitem atingir **VANTAGENS COMPETITIVAS** nos temas **SEGUROS MASSIFICADOS** e **FRAUDE** para os segmentos de **PESSOAS**, **AUTOMÓVEL** e **PREVIDÊNCIA**. Outro ponto de destaque é a preocupação com a **INTEGRAÇÃO** o que leva a fazer uma reavaliação de **PROCESSOS**, tendo como pano de fundo a **GOVERNANÇA CORPORATIVA** com o objetivo de assegurar aos seus acionistas e investidores o monitoramento do desempenho da empresa, da ética, da transparência e da equidade.

Na parte referente à **ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO** percebemos que o mercado está buscando o 2º nível de **MATURIDADE EMPRESARIAL** (1º Custo, 2º **Qualidade**, 3º Tempo, 4º Flexibilidade e 5º Inovação – modelo adaptado por Xanthopoulos (Professor do Departamento de Produção da FGV-EAESP e Doutorando na EAESP na área de Operações), do Modelo de Nigel Slack), o que ratifica a motivação de investimentos na parte de processos.

Analisando as formas de **MODELO DE NEGÓCIO** podemos perceber que as empresas estão dispostas focar seu **CORE BUSINESS**, tendo uma forte tendência em trabalhar com **TERCEIRIZAÇÃO**, porém muito preocupada em preservar seus investimentos e investir no tempo certo, desta forma estão buscando trabalhar com produtos **ESCALONÁVEIS**. Outro ponto de destaque: as empresas estão procurando **reduzir os riscos** trabalhando com fornecedores de **BOA REPUTAÇÃO NO MERCADO**, com **CAPACIDADE RECONHECIDA** e trabalhando com **MÚLTIPLOS FORNECEDORES**.



5. QUESTIONÁRIO

PESQUISA DE OPINIÃO – Jul/2005

NOME: _____

- 1) NA SUA OPINIÃO QUAIS SÃO AS PRIORIDADES DE INVESTIMENTO DO MERCADO?
- | | | | |
|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | BI | <input type="checkbox"/> | GESTÃO DE PROCESSOS |
| <input type="checkbox"/> | CONSULTORIA EM SEGUROS | <input type="checkbox"/> | GESTÃO DO CONHECIMENTO |
| <input type="checkbox"/> | CONSULTORIA EM TECNOLOGIA | <input type="checkbox"/> | INTEGRAÇÃO |
| <input type="checkbox"/> | CRM | <input type="checkbox"/> | MOBILIDADE |
| <input type="checkbox"/> | E-COMMERCE | <input type="checkbox"/> | SCM |
| <input type="checkbox"/> | ERP | <input type="checkbox"/> | SEGURANÇA |
| <input type="checkbox"/> | GED | <input type="checkbox"/> | OUTROS: |
| <input type="checkbox"/> | GESTÃO DA INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIO | | |
- 2) NA SUA OPINIÃO QUAIS SÃO OS SEGMENTOS QUE SERÃO PRIORIZADOS PELO MERCADO?
- | | | | |
|--------------------------|-------------------|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | AUTOMÓVEL | <input type="checkbox"/> | RESSEGURO |
| <input type="checkbox"/> | CAPITALIZAÇÃO | <input type="checkbox"/> | RISCOS ESPECIAIS |
| <input type="checkbox"/> | CASCOS | <input type="checkbox"/> | RISCOS FINANCEIROS |
| <input type="checkbox"/> | CRÉDITO | <input type="checkbox"/> | RURAL |
| <input type="checkbox"/> | HABITACIONAL | <input type="checkbox"/> | SAÚDE |
| <input type="checkbox"/> | PESSOAS | <input type="checkbox"/> | TRANSPORTES |
| <input type="checkbox"/> | PREVIDÊNCIA | <input type="checkbox"/> | OUTROS: |
| <input type="checkbox"/> | RESPONSABILIDADES | | |
- 3) NA SUA OPINIÃO QUAIS SÃO AS PRIORIDADES DESSES TEMAS NO MERCADO?
- | | | | |
|--------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | FRAUDE | <input type="checkbox"/> | SEGUROS MASSIFICADOS |
| <input type="checkbox"/> | GOVERNANÇA CORPORATIVA | <input type="checkbox"/> | OUTROS: |
| <input type="checkbox"/> | OUVIDORIA | | |
- 4) NA SUA OPINIÃO QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA O MERCADO INVESTIR ATUALMENTE?
- | | | | |
|--------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| <input type="checkbox"/> | FLEXIBILIDADE | <input type="checkbox"/> | REDUÇÃO DO PREÇO |
| <input type="checkbox"/> | INOVAÇÃO | <input type="checkbox"/> | REDUÇÃO DO TEMPO |
| <input type="checkbox"/> | MELHORIA DA QUALIDADE | <input type="checkbox"/> | OUTROS: |
- 5) NA SUA OPINIÃO QUAIS SÃO OS MODELOS DE TRABALHO MAIS ACEITOS PELO MERCADO?
- | | | | |
|--------------------------|----------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | EQUIPE INTERNA | <input type="checkbox"/> | EQUIPE TERCEIRIZADA E ON DEMAND |
| <input type="checkbox"/> | EQUIPE INTERNA E ON DEMAND | <input type="checkbox"/> | ON DEMAND |
| <input type="checkbox"/> | EQUIPE TERCEIRIZADA | <input type="checkbox"/> | OUTROS: |
- 6) NA SUA OPINIÃO QUAIS SÃO AS FORMAS DE AQUISIÇÕES (PRODUTOS/SERVIÇOS) MAIS ACEITAS PELO MERCADO?
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------------------|--------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | ESCALONÁVEL – MÚLTIPLOS FORNECEDORES | <input type="checkbox"/> | NÃO ESCALONÁVEL |
| <input type="checkbox"/> | ESCALONÁVEL – ÚNICO FORNECEDOR | <input type="checkbox"/> | OUTROS: |
- 7) NA SUA OPINIÃO QUAIS SÃO AS FORMAS DE ABORDAGENS MAIS ACEITAS PELO MERCADO?
- | | | | |
|--------------------------|-----------------|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | EQUIPE DE VENDA | <input type="checkbox"/> | RELACIONAMENTO |
| <input type="checkbox"/> | EVENTO | <input type="checkbox"/> | OUTROS: |
| <input type="checkbox"/> | MALA DIRETA | | |
- 8) NA SUA OPINIÃO QUAIS SÃO OS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DE FORNECEDORES MAIS PRATICADOS PELO MERCADO?
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | ESTRUTURA DA EMPRESA | <input type="checkbox"/> | MELHOR PROPOSTA TÉCNICA |
| <input type="checkbox"/> | EXPERIÊNCIA DE MERCADO | <input type="checkbox"/> | OPINIÃO DE CLIENTES |
| <input type="checkbox"/> | FLEXIBILIZAÇÃO COMERCIAL | <input type="checkbox"/> | QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS |
| <input type="checkbox"/> | MELHOR PRAZO | <input type="checkbox"/> | REPUTAÇÃO DE MERCADO |
| <input type="checkbox"/> | MELHOR PREÇO | <input type="checkbox"/> | OUTROS: |
- 9) NA SUA OPINIÃO QUAIS SÃO OS CRITÉRIOS PARA VALORIZAÇÃO DOS FORNECEDORES MAIS PRATICADOS PELO MERCADO?
- | | | | |
|--------------------------|----------------|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | CAPACITAÇÃO | <input type="checkbox"/> | PRESTEZA |
| <input type="checkbox"/> | CONFIABILIDADE | <input type="checkbox"/> | TANGIBILIDADE – ATIVOS |
| <input type="checkbox"/> | EMPATIA | <input type="checkbox"/> | OUTROS: |