Inovação No Setor De Seguros: As Recentes Ferramentas De TI Utilizadas Pelas Corporações Securitárias.

RESUMO

Ferramentas baseadas em Tecnologia da Informação (TI) surgem e se transformam a todo momento, modificando também o ambiente e o funcionamento das organizações, promovendo maior eficiência nos processos decisórios. A TI exige que as empresas passem por transformações na forma como administram seus recursos humanos e tecnológicos, visando melhorias no cotidiano daquelas. Neste ambiente, a presente pesquisa objetivou um estudo de caso sobre: A gestão da TI, transformações na infraestrutura, redes e sistemas em uma unidade estratégica para gerar valor e sucesso nos negócios, em um setor que possui notada expressão na economia, o segmento de seguros. Buscou-se compreender quais são as principais novidades e tendências no mercado, tanto na utilização por seguradoras como pela corretora em questão, identificando ainda a influência e a percepção do uso de tais tecnologias no gerenciamento das atividades da empresa. A metodologia utilizada foi inicialmente a pesquisa exploratória-descritiva, fazendo visitas aos sites de seguradoras. Posteriormente é praticado o uso da observação participante, maneira que permite um maior conhecimento e identificação de informações da corretora. A pesquisa possui ainda natureza qualitativa, por utilizar de entrevistas para obtenção de dados e permitir uma interpretação mais ampla da realidade situada. A exploração dos dados é feita com base na análise de conteúdo, objetivando trazer elementos que mostrem a TI como parte fundamental no funcionamento da corretora e nas empresas securitárias estudadas, e como ela otimiza os processos, permite melhor comunicação com clientes ou fornecedores e promove também melhora na forma de realização das atividades.

Palavras-chave: Tecnologia da Informação; Seguros; Gestão de TI.

ABSTRACT

Tools based on Information Technology (IT) emerge and are transformed at all times, also modifying the environment and the functioning of the organizations, promoting greater efficiency in the decision processes. IT requires companies to undergo transformations in the way they manage their human and technological resources, seeking improvements in their daily lives. In this environment, the present research aimed at a case study on: IT management, transformations in infrastructure, networks and systems in a strategic unit to generate value and success in business, in a sector that has a notable expression in the economy, the segment of insurance. We sought to understand the main innovations and trends in the market, both in the use by insurance companies and the brokerage firm in question, also identifying the influence and perception of the use of such technologies in the management of the company's activities. The methodology used was initially the exploratory-descriptive research, making visits to the sites of insurers. Subsequently, the use of participant observation is practiced, which allows a greater knowledge and identification of brokerage information. The research also has qualitative nature, to use interviews to obtain data and to allow a broader interpretation of the situated reality. The data analysis is carried out based on the content analysis, aiming to bring elements that show IT as a fundamental part in the operation of the brokerage firm and in

the security companies studied, and how it optimizes the processes, allows better communication with clients or suppliers and promotes improvement in the way the activities are performed.

Keywords: Information Technology; Insurance; IT management;

INTRODUÇÃO

Investir em recursos baseados na Tecnologia da Informação (TI) tornou-se um desafio para o setor de varejo, sobretudo porque as empresas que necessitam de resultados em meio à crise que o país enfrenta, pois, ferramentas baseadas em tais tecnologias surgem e se modelam a cada instante, transformando o ambiente e a dinâmica das empresas, visando promover a eficiência nos processos decisórios e o desenvolvimento dos processos organizacionais.

Logo, a Gestão de TI é importante para o desenvolvimento e sucesso da organização, tanto nas atividades administrativas, como nas operacionais, estes recursos são fundamentais para o sucesso da mesma.

No entanto, as empresas precisam de gestores com habilidades, no intuito de criar estratégias, bem como perceber os conhecimentos de seus colaboradores e gerenciá-los. Diante dessa perspectiva, compreender a gestão dos recursos tecnológicos nas empresas torna-se essencial para que estas adotem suas estratégias de negócios e visem conhecer a potencialidade de TI e, assim, também possam utilizá-las a seu favor com maior seguridade para sobressaírem aos concorrentes.

Nesse novo ambiente, empresas de vários setores têm considerado imprescindível realizar investimentos em TI, passando a ter seus produtos, serviços e processos fundamentalmente apoiados nessa tecnologia, pois, uma empresa que queira expandir seus negócios e competir no mercado em que atua torna-se cada vez mais difícil sem a utilização dessa ferramenta. O desenvolvimento e a implantação de TI em uma organização apresentam suas próprias características, as quais devem ser estudadas e planejadas de acordo com o ambiente, pois, o mercado é dinâmico e variam de um segmento para o outro.

O aumento da oferta de crédito vem junto ao incremento do mercado de seguros. Assim, observa-se que o varejo é um dos principais canais de distribuição de seguros. Seja porque, com o maior poder de compra, existem mais bens a serem segurados, seja para a proteção do próprio credor, como seguro de proteção financeira ou prestamista - aquele que paga as parcelas do financiamento do bem em caso de morte ou invalidez.

No mundo contemporâneo a forma mais eficiente que as instituições financeiras encontraram para distribuir seguros de forma massificada foi por meio do varejo, de empresas de energia elétrica e de telefonia móvel e fixa. Os produtos são ofertados no ato da compra, por mala direta, internet, redes sociais ou telemarketing ativo e a cobrança é feita na própria fatura da loja ou da empresa.

Com esta compreensão, este artigo tem como objetivo investigar quais são as mais recentes ferramentas de TI utilizadas pelas corporações securitárias/

Na sequência à introdução, o presente artigo será apresentado da seguinte forma: o segundo item apresentará o referencial teórico, que serve como embasamento para a presente pesquisa sobre a TI no setor de seguros, de início trazendo as principais definições de autores sobre o que é tecnologia da informação, sobre suas aplicações, benefícios, sistemas de informações, segurança de dados e infraestrutura em TI.

O terceiro item terá a metodologia utilizada, a classificação da pesquisa, a estratégia da pesquisa, o tipo de pesquisa, o instrumento da coleta de dados e a maneira de análise dos dados.

No quarto capítulo terá apresentação e a análise dos dados, a análise dos dados destacando-se, o uso de tecnologia pelo setor de seguros e a disponibilidade de serviços.

No quinto capítulo serão abordadas as considerações finais. No sexto e último capítulo são mencionadas as referências utilizadas e que deram base ao trabalho e a pesquisa.

Referencial Teórico

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E SUA UTILIZAÇÃO

Nas últimas décadas a utilização das novas formas de comunicação e busca por informações tem se tornado cada vez mais importante, em função das transformações nas telecomunicações, com a presença de novas tecnologias com base em computadores, *softwares*, *hardwares*, internet e web, condicionando o surgimento de uma revolução digital que provoca o advento de uma nova economia onde o conhecimento tem um papel primordial.

No âmbito social, econômico e político, na busca por conhecimento e integração entre as pessoas e equipamentos a Tecnologia da informação e comunicação (TIC) dispõe de diversas ferramentas para compartilhamento de dados e informações, sejam *smartphones*, *notebooks*, mídias sociais, internet, entre outras. E no mundo das organizações, onde aquela afetou diretamente no funcionamento dos processos, gestão de pessoas, aumento da produtividade e qualidade, capacidade de inovação de bens e serviços e na forma de se conduzir o marketing.

Para Guissoni (2017) a partir da década de 90 a internet modificou o varejo:

> "afetou o varejo em duas perspectivas: (i) como canal de vendas alternativo e (ii) como uma forma de mensuração mediante o monitoramento da navegação dos usuários. Em customer analytics, a internet passou a gerar maiores e melhores bases de dados sobre o comportamento dos clientes, que podem ser integradas com as demais fontes de dados dos varejistas". GUISSONI (2017. p,27)

Neste trabalho considerou-se TI sob o enfoque empresarial "Por TI, entenda-se todo *software* e todo *hardware* de que uma empresa necessita para atingir seus objetivos organizacionais" (LAUDON e LAUDON, 2007, p. 9).

A rede de comunicação é o conjunto que possibilita a existência de um sistema de informação, onde tais, usando dos artifícios das tecnologias da comunicação, cumprem seus objetivos e funções. Podemos destacar como mais importante na comunicação às redes de telecomunicações, formadas pelos *hardwares* e *softwares* que estabelecem a ligação entre um emissor e receptor através de diferentes sinais e ainda a rede de computadores, que visa melhorar a comunicação e transmissão de informações através de diferentes tipos de redes. A contribuição da tecnologia da informação nas telecomunicações é de suma importância, pois contribuem para as empresas romperem barreiras geográficas tempo, e estruturais.

Um outro meio de comunicação que revolucionou na história da Tecnologia da Informação, foi sem dúvida a internet, uma rede mundial de informações com milhões de sistema e usuários. Existem vários canais de comunicação para vários meios de comunicação, para interligar os componentes que fazem parte do sistema de comunicação o *hardware* e *software* devem estar interligados. "O conceito de tecnologia da informação entende que a informação (seus sistemas, recursos etc.) deve fazer parte de uma estrutura em nível estratégico das empresas" (PADOVEZE, 2015, p.29).

A TI é um fator importante de competitividade, não deve ficar restrita apenas as necessidades internas da empresa, mas também ser usada nas atividades externas, com clientes, fornecedores ou concorrentes. Pode-se verificar que a TIC cada vez mais exerce uma função de extrema importância nas organizações, fornecendo base para as decisões, e é observada de uma forma diferente pelos gestores. "A tecnologia da informação não é

simplesmente útil, viabilizadora, mas sim o cerne da empresa, a ferramenta primordial de administração" (LAUDON e LAUDON, 2007, p. 6).

Partindo desse pressuposto, a TI é uma grande força para as empresas, pois com essa ferramenta as mesmas transformam dados em informação de forma holística, permitindo facilidade em suas decisões.

O mercado cada vez mais competitivo acaba forçando as empresas a buscarem novos dispositivos que agilizem esse processo de gestão, pois a TI é utilizada pelas organizações de forma a proporcionar uma oportunidade de crescimento e melhoria na tomada de decisão (SILVA, 2008).

> Com a integração das lojas à internet, redes sociais e aplicativos em vários dispositivos, é possível atingir um estágio mais avançado do customer analytics e obter maior retorno no negócio. O sistema conhecido como cookie tracking, por exemplo, permite monitorar a navegação de usuários a partir do endereço IP e relacioná-la com dados demográficos, geográficos e comportamentais de cada pessoa. Os smartphones desempenham um importante papel na obtenção de dados, já que a navegação na internet nesses dispositivos móveis também pode ser monitorada pelo sistema de cookies. No Brasil, a penetração de smartphones aumentou de 7% em 2011 para 43% em 2016 (GUISSONI, 2017 , p. 26).

Pode-se mesmo afirmar que se uma inovação não trouxer nenhum resultado, teria sido melhor não investir nela, já que ela não se justificou. Espera-se muito retorno dos investimentos em tecnologia, mas tal deve ser feito de forma consciente, observando as necessidades e as novidades disponíveis no ambiente. O avanço da TI deve ser sempre levado em conta, o próximo tópico trata justamente sobre a constante mudança e evolução tecnológica.

Nos últimos anos, a TI que se destacou foi o mobile banking. O mobile banking é um novo serviço bancário que permite aos clientes realizarem pelo celular e *tablets* quase todas as operações disponíveis em caixas de autoatendimento bancários e internet banking. Correntistas podem consultar extratos e saldos, fazer transferências entre contas do banco, pagamentos de títulos e convênios, recarga de celular pré-pago, empréstimos, investimentos e resgates pelo mobile banking (SANTOS; VEIGA; SOUZA, 2011).

Uma pessoa que deseja tirar uma dúvida com seu gerente não precisa mais se dirigir até a empresa, basta utilizar de ferramentas de comunicação, aplicativos da mesma ou sites de reclamações. Contratação de seguro, empréstimo, transferências, tais operações não exigem mais a presença física, podendo serem realizadas através de uma ligação ou por meio de aplicativos e até por troca de mensagens.

Ambos os serviços, tradicionais ou virtuais, compartilham de muitas características. O consumo e o oferecimento de serviços são simultâneos e, inseparáveis tanto nos tradicionais (físicos) como nos eletrônicos (virtuais) (FITZSIMMONS e FITZSIMMONS, 2011).

A tecnologia influenciou na forma como são ofertados os serviços. A seguir é mostrado uma tabela que faz a comparação entre a prestação virtual e a maneira física, e a descrição de como acontece cada uma das características.

Tabela 3: Comparação entre serviços físicos e virtuais.

Características	Serviçovirtual	Serviçofísico
Encontro do serviço	Na tela	Pessoalmente
Disponibilidade	Toda Hora	Horário comercial padrão
Acesso	Em casa	Ida até o local

Área de mercado	Internacional	Local
Ambientação	Iterface eletrônica	Ambiente físico
Diferenciação competitiva	Conveniência	Personalização
Privacidade	Anonimato	Interação social

Fonte: Fitzsimmons e Fitzsimmons. *Administração de serviços*. Porto Alegre: Bookman, 2011.

Na tabela 4 ainda é possível observar as vantagens e dificuldades de se comprar em uma loja online ou em uma tradicional. Mesmo com a evolução da tecnologia a forma tradicional ainda representa grande parte do comércio.

Tabela 4: Vantagens e desvantagens entre serviços físicos e virtuais.

	Compra online	**Compra em loja tradicional**
Vantagens	Conveniência Economia de Tempo Reduz as compras por impulso	Os cinco sentidos influenciam a compra Ativa a recordação Amostra do produto Exposição de novos itens Interação social
Desvantagens	Menor controle de preço e seleção Esquecimento de itens Dependência do computador Taxa de Entrega	Consumo de Tempo Filas de espera e estacionamento Transporte dos itens Compra por impulso Segurança

Fonte: Fitzsimmons e Fitzsimmons. *Administração de serviços*. Porto Alegre: Bookman, 2011.

Observando as vantagens e desvantagens de cada, alguns consumidores por vezes buscam mesclar sua compra, podendo olhar o produto ou serviço em qualquer uma loja física e efetuar a compra em uma loja virtual. Ou ainda buscar referências e informações sobre um serviço ou produto de maneira online e se dirigir até um local para adquirir este.

> A relação com os consumidores tornou-se mais instável e imprevisível. Eles são cada vez mais impacientes, informados e exigentes. Também são fortemente influenciados pelos modelos de negócio *free* ou *freemium*, ou seja, esperam pagar cada vez menos, mas exigem serviços e produtos de qualidade (FRANCISCO; KUGLER; LARIEIRA, 2017, p. 23).

Sobre a TI e serviços, se espera que ambos possam modificar a situação a quem eles são destinados, pois serviço é uma organização e uma mobilização, o mais eficiente possível de recursos para interpretar, compreender e gerar a mudança nas condições de atividades do destinatário dos serviços (PALADINI et al., 2012).

E como abordado, a TI tem papel fundamental nessa mudança de situação, por muitas vezes trazendo efeitos sobre as interfaces entre clientes e fornecedores. “Vivemos uma era em que entender os hábitos, as atitudes e as expectativas do consumidor está na essência da proposição de novos negócios e na melhoria de processos” (FRANCISCO; KUGLER; LARIEIRA, 2017, p. 25).

São muitas as aplicações das novas tecnologias na prestação de serviços. As empresas que não entendem sua importância acabarão perdendo a competição para aqueles que ampliaram sua base geográfica, sua gama de serviços e otimizaram o desempenho da relação com o cliente. Automação e tecnologia possuem grande potencial para reduzir custos de prestação de serviços e de aumentar a qualidade da sua execução

TIPO DE PESQUISA

A forma de abordagem da pesquisa será qualitativa, porque o tratamento dos dados coletados visa analisar como se dá a gestão da TI em uma média empresa do setor

de seguros. A pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como sua fonte direta de dados e o pesquisador como principal instrumento.

Para alcançar os objetivos propostos neste trabalho, a pesquisa se deu através de um estudo exploratório descritivo em sites das seguradoras, com o escopo de se verificar as tendências de TI no setor de seguros. A principal finalidade deste estudo foi identificar quais são as mais recentes ferramentas de TI utilizadas pelas corporações securitárias. Para isso, foram utilizados casos da Porto Seguro, Bradesco, Sul América e Mapfre. Buscou-se descrever um pouco sobre alguns exemplos de inovações adotadas por elas, seja o envio de apólice de maneira digital ou a realização de vistoria prévia via aplicativo, entre outras funcionalidades que são mencionadas.

O estudo exploratório pode ser caracterizado como uma etapa preliminar de preparação para a pesquisa que será desenvolvida em seguida. "O estudo exploratório é normalmente considerado por alguns autores como o passo inicial no processo de pesquisa pela experiência e auxílio, pois, proporciona maiores informações sobre determinados assuntos" (CERVO e BERVIAN, 1996, p.49). Este trabalho utiliza da Análise de Conteúdo para tratamento dos dados. Para um dos autores mais citados quando se adota esse tipo de avaliação, o termo análise de conteúdo (BARDIN, 2011, p. 47).

Análise e Apresentação dos Dados

O uso da tecnologia vem promovendo uma significativa mudança digital no segmento de seguros. Alguns *softwares*, aplicativos e sites criados tem por objetivo facilitar a vida tanto das seguradoras como dos corretores e clientes.

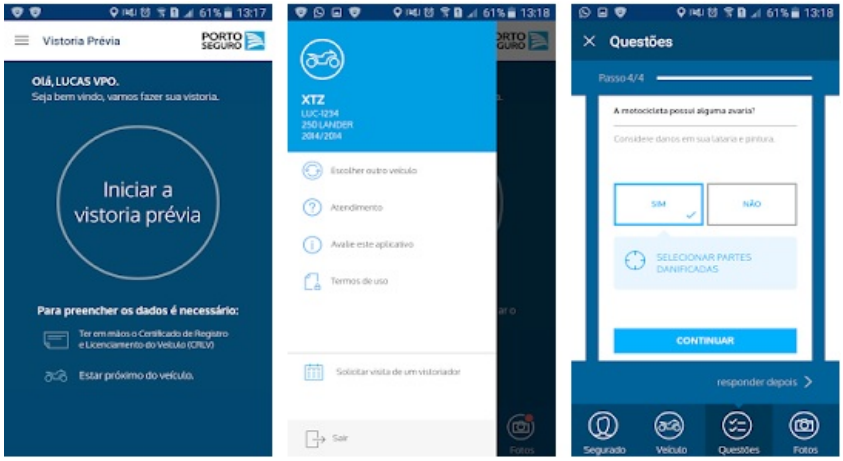
Corroborando com a ideia do crescente investimento em TI por diversas empresas em todos os setores, dados da revista APÓLICE, relatam que: As seguradoras da América Latina investem 38% em *software* e serviços externos e 31% em capital humano. Elas também reconhecem que em relação ao recrutamento, é cada vez mais difícil acessar ao capital humano.

As prioridades de TI variam de seguradora a seguradora, impulsionada pela situação atual, a estratégia e o orçamento de TI que podem investir num ano. Para compreender melhor sobre a presença de TI, investigou-se quatro companhias que fazem uso de TI no setor de seguros.

Um exemplo mais recente é o aplicativo desenvolvido pela Porto Seguro, que tem por objetivo a realização de vistoria prévia. Vistoria prévia é a inspeção que a seguradora realiza, antes da aceitação do risco, para verificação das características e do estado de conservação do veículo (PORTO SEGURO, 2018).

O objetivo é proporcionar mais agilidade na realização da vistoria para clientes que moram em regiões mais afastadas das regiões centrais, eles poderão contar com o aplicativo de Vistoria Prévia da Porto Seguro para que eles efetuem a vistoria de seu veículo.

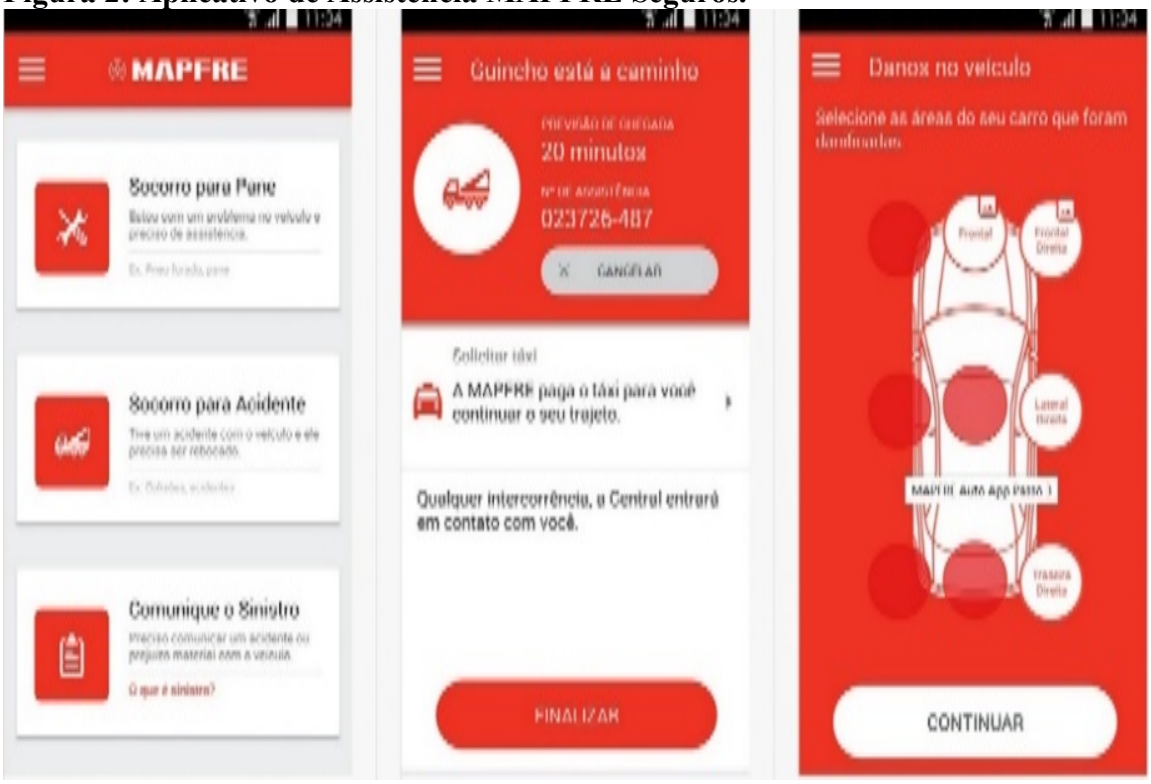
Figura 1: Aplicativo de vistoria prévia.



Fonte: *App* Porto Seguro. Adaptação própria, 2018.

Outro exemplo é a MAPFRE Seguros, que assim como outras seguradoras também possui seu aplicativo para *smartphones*. Com o novo aplicativo MAPFRE, você poderá contar com o envio de socorro, solicitar o guincho e poderá agilizar a análise do processo enviando as fotos dos danos do acidente. Tudo de maneira simples e rápida (MAPFRE, 2018).

Figura 2: Aplicativo de Assistência MAPFRE Seguros.



Fonte: *App* MAPFRE. Adaptação própria, 2018.

"Todos os dias, o mercado de seguros assiste ao lançamento de aplicativos e ferramentas digitais que buscam tornar a contratação e o acompanhamento de apólices de seguros atividades mais simples de serem realizadas" (ABC SEGURO, 2018, p.10).

No ramo de seguros, uma das coisas mais conhecidas são as apólices e os cartões dos segurados, ou carteirinha do seguro. Durante muito tempo a confecção e envio de tais documentos era bastante comum, tão comum que era até cobrado uma taxa na contratação

do seguro, justamente para arcar com tais custos, era a taxa de emissão de apólice. As seguradoras enviavam verdadeiros livros, com todas as condições gerais, clausulas detalhadas, além do cartão de plástico com identificação do cliente e números para contato.

Essa prática já vem caindo em desuso, tanto que não se cobra mais nenhum valor para emissão e envio. As empresas passaram a disponibilizar um resumo da apólice e um cartão. Recentemente, de 2016 para cá, muitas não estão mais enviando a via física, apenas por e-mail ou permitindo a consulta pelo site e no aplicativo do celular. Facilita a consulta, evita o exagero de impressões, e fica disponível sempre, na tela do computador ou na palma da mão em um *smartphone*. Segue exemplo na figura 8.

Figura 3: Envio de apólice por e-mail.



Fonte: Adaptação própria, 2018.

Já na figura 9 podemos observar a via digital do cartão do segurado, com as informações e telefones de contato em caso de necessidade. Muitos clientes ainda preferem possuir a via física e algumas seguradoras enviam das duas formas, porém outras como a Sul América, passaram a somente enviar a apólice impressa após solicitação do segurado, se ele perceber que realmente deseja ou necessita. Tais documentos geram um custo para as empresas, mesmo que baixos, mas além da confecção existe o valor do envio.

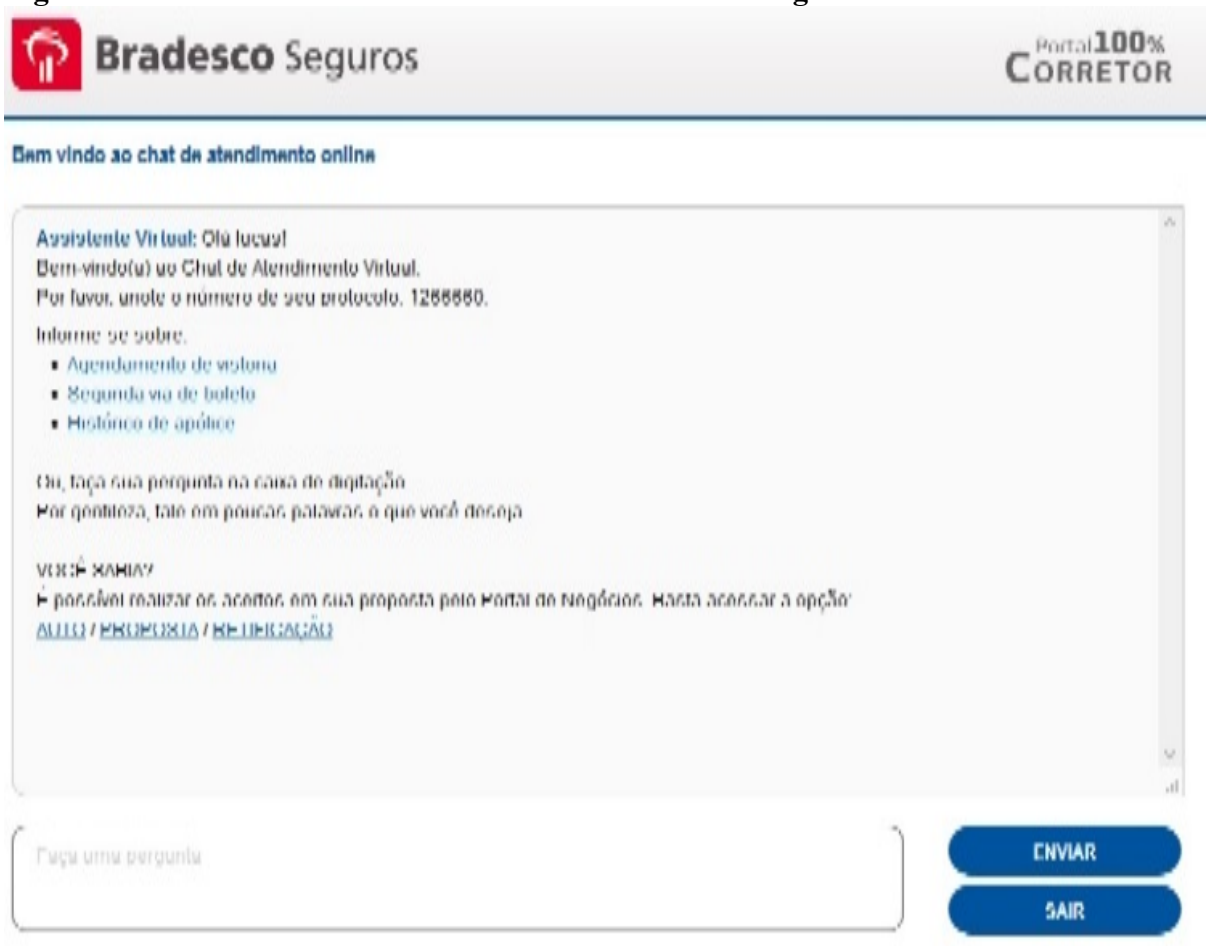
Figura 4: Cartão do Segurado.



Fonte: Adaptação própria, 2018.

Outro instrumento que passou a ser utilizado pelas grandes corporações de seguros é o *chatbot*. *Chatbots* são "robôs" que fazem a função específica de chat ou diálogo. São comumente utilizados pelas empresas para marketing, relacionamento e comunicação com os clientes. Abaixo temos um exemplo do chat corretor da Bradesco Seguros.

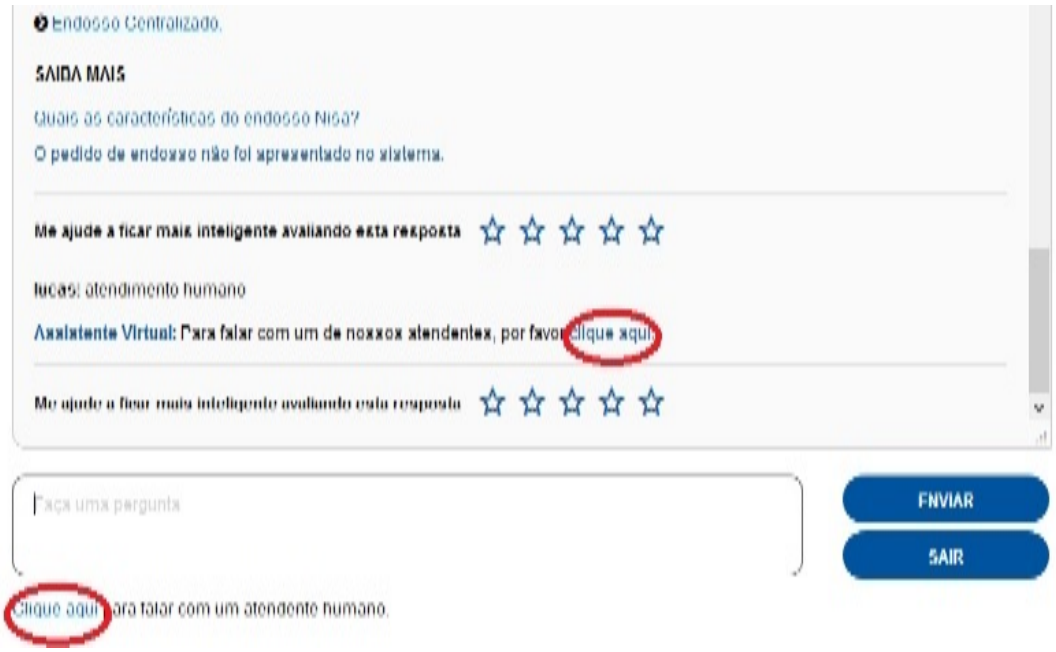
Figura 5: Tela inicial do chat de atendimento Bradesco Seguros.



Fonte: Adaptação própria, 2018.

Após esse primeiro contato com um atendente virtual, ele oferece para o usuário algumas opções para resolução do problema ou apresenta respostas para algum questionamento. Por ser uma máquina do outro lado, ela trabalha com palavras chaves, portanto, ao digitar uma única palavra ela irá me oferecer várias opções relacionadas aquele assunto. E mesmo se com a ajuda de um atendimento virtual meu problema não for resolvido ele me dá a opção de um contato personalizado com um humano. Como segue no exemplo.

Figura 6: Atendimento humano.



Fonte: Adaptação própria, 2018.

O principal objetivo dessas implementações pelas seguradoras, tanto os aplicativos para atendimento, os *chatbots*, o aplicativo de vistoria, são para dar maior agilidade ao processo de prestação de serviço. Um grande período de tempo é economizado se os clientes não precisarem esperar filas para atendimento ou ter que se deslocar para realizar uma vistoria. Isso sem falar na economia de despesas, tendo em vista que um *chatbot* pode realizar vários contatos simultâneos.

Mas nem todo uso da tecnologia é somente para aperfeiçoamento dos processos. Esforços estão sendo cada vez maiores no que tange a proteção de dados dos segurados no armazenamento. O Grupo Porto Seguro dispõe de *softwares* e profissionais responsáveis pela proteção das informações. Diariamente muitas pessoas acessam seu sistema a fim de consultar produtos, fazer solicitações, entre outras aplicações. Sejam clientes ou corretores, muitos dados são inseridos todos os dias.

No caso da Porto Seguro, a companhia se compromete a não divulgar os dados para empresas que não pertençam ao grupo e possui ainda em seu site toda a descrição de sua política de privacidade, respondendo a vários questionamentos, entre eles: para que são utilizados os dados, quais informações são coletadas, como são armazenadas e quando são excluídas.

Figura 7: Política de privacidade da Porto Seguro.



Fonte: Adaptação própria, 2018.

Dados como CPF, número de conta, endereço e telefone são só alguns dos trabalhados diariamente pelas organizações. Se faz necessário, além de possuir uma boa política de privacidade, ter ferramentas de segurança que evitem o vazamento. Em 2018 um boato havia informado que a Porto Seguro teria deixado vazar dados de clientes, algo que foi desmentido posteriormente, mas que liga um alerta: é necessário constante monitoramento dos acessos, principalmente os suspeitos, a fim de garantir segurança para os clientes.

Ferramentas de marketing digital também são facilmente encontradas na realidade das seguradoras. Abordando um primeiro exemplo, temos aqui o da Porto Seguro com o *Search Engine Optimization* ou SEO, onde este apresenta as mais variadas funções, como pesquisa de palavras-chave, otimização de websites por meio de *plugins* e análises. Nesse caso, especificamente, é utilizado no site da seguradora, como verifica-se a seguir.

Figura 8: Palavras chaves da pesquisa no site Porto.



Fonte: Adaptação própria, 2018.

Nesse caso, ao realizar uma busca por uma só palavra, o site acaba oferecendo diversas opções relacionadas aquela palavra digitada ou ao tema. Ao escrever Auto, são oferecidas opções de automóveis, autoatendimento, apólice auto, entre outras.

Outro exemplo é da ferramenta de monitoramento de redes sociais. Esse sistema estimula o ganho de produtividade por meio do pré-agendamento de postagens, possibilita fazer um acompanhamento das menções à marca e avaliar o engajamento e resposta aos conteúdos e à base de seguidores. No caso da Sul América, o *Facebook* da empresa realiza diversas postagens ao longo do dia, sendo uma das seguradoras que mais interage com os internautas. Isso possibilita que ela esteja sempre divulgando algo para seu grande número de seguidores.

A quantidade de ferramentas utilizadas pelas seguradoras só faz crescer com o tempo. Além dos casos citados, outras empresas do setor também já fazem uso de algum sistema ou aplicativo que tenha por objetivo estreitar a relação com o cliente ou mesmo agilizar seus processos diários. Tais mudanças vêm justamente para dar contínua melhoria a um segmento que é bastante exigido pelos clientes e cobrado constantemente para se ter um bom padrão de prestação de serviço.

GESTÃO E APLICAÇÃO DA TI EM CORRETORAS DE SEGUROS

Praticamente todas as organizações fazem uso de algum tipo de componente tecnológico, e com as corretoras de seguros não seria diferente. Desde programas básicos como um editor de texto ou planilhas para controle interno até *softwares* desenvolvidos para determinadas funções.

A depender do tamanho do negócio é recomendável o uso de um sistema para gerenciamento de Corretoras de Seguros. Os *softwares* possibilitam o cadastro de clientes, fornecedores/seguradoras, produtos, corretores/vendedores, controla as vendas, agendamentos e acompanhamento das visitas aos clientes, registra sinistros, controle de valores a receber, controle de comissões a pagar aos corretores/vendedores, comissões a receber das seguradoras, serviço de mala-direta para clientes e potenciais clientes, cadastro de móveis e equipamentos, controle de contas a pagar e a receber, fluxo de caixa, fechamento de caixa, folha de pagamento e etc. (SEBRAE, 2018).

Uma nova tendência adotada por muitas corretoras de seguros é a cotação online. Exemplos como o da Bidu Corretora de Seguros são os mais conhecidos. A pessoa interessada em cotar um seguro auto ou outro ramo entra no site, informa seus dados e dentro de poucos instantes obtém o valor.

Figura 9: Site da Bidu Corretora.



Fonte: Adaptação própria, 2018.

Em casos de corretoras que não conseguem apresentar o preço na mesma hora, muitas possuem outras formas, sites, e-mails ou redes sociais permitem captar dados para um contato futuro, visando a apresentação da cotação, seja por e-mail, telefone ou pessoalmente.

Figura 10: Serviço de contato.



Fonte: Adaptação própria, 2018.

Na Bidu, além da cotação instantânea, ela utiliza do site para permitir contato dos clientes para eventuais elogios, reclamações ou mesmo para realizar questionamentos. É mais uma aplicação de TI que auxilia na sua prestação de serviços e melhora a relação com o cliente, dando comodidade e promovendo maior satisfação.

No setor de seguros tal mudança é nítida e poderá ser acompanhada ao longo do trabalho. Assim como outras áreas, foram implantadas novas formas para fechamento de negócios, realização de cotações, comunicação mais rápida com os clientes e novas formas de operação das organizações.

Considerações Finais

Atualmente o ramo de seguros possui uma grande importância na economia de um país, pois é através desse que muitas organizações podem se preparar para vários eventos inesperados que podem acontecer. Alguns desses eventos são: assaltos, desastres ambientais, problemas do clima, acidentes, incêndios, entre uma infinidade de ocorrências que, se não estiverem cobertas por um seguro, acabam colocando em risco o patrimônio das empresas.

Ainda sobre os seguros, as corretoras exercem um papel de intermediar a relação seguradora e os segurados. Estes últimos podem ser pessoas físicas ou jurídicas que contratam seguros para suas vidas ou bens. Um seguro só pode ser feito por uma seguradora se ele for intermediado por um corretor, que é o profissional que tem a função de orientar os segurados sobre as melhores formas para proteção de um bem.

A TI não é apenas um novo ramo de atividades, mais sim uma ferramenta administrativa do novo século. Através dela modifica-se a forma de trabalho dos gestores, colaboradores e também das empresas. O trabalho apresenta alguns conceitos e exemplos acerca da utilização das tecnologias da informação em seguros, como a melhoria em sistemas, comunicação, acessibilidade, segurança dos dados e ainda como esta é gerida pelas empresas e o diferencial competitivo que tal representa.

Constatou-se que a utilização das ferramentas de TI já é uma realidade no mercado de seguros, sendo utilizada de diversas maneiras pelas seguradoras. A gestão dessas também se alterou, caminhando lado a lado com a evolução dos equipamentos e com a maior quantidade de conexões mundo afora. A preocupação com a qualidade do serviço prestado fez com que gigantes do setor de seguros repensassem alguns padrões de seus serviços.

Outra destacada mudança foi quanto aos serviços online que a corretora oferece. Se antes eram resumidos a solicitações por e-mail, agora pelo próprio site é possível fazer pedidos de cálculos, pesquisar telefones das seguradoras, fazer reclamações ou mesmo elogios. A presença nas redes sociais é mais um fator que passou a ser bem usado na empresa. Busca-se uma aproximação com os clientes. Pelo *Facebook* ou Instagram é possível ver dicas sobre seguros e também fazer comunicações com a empresa.

O próprio processo de fechamento de contrato foi modificado por conta da tecnologia. Clientes não precisam mais se dirigir até o prédio, um contrato pode ser fechado via ligação ou até mensagem pelo *WhatsApp*. Resolução de sinistros também se tornaram mais rápidas por conta do uso da TI no acompanhamento desses processos

Pedidos de assistência por aplicativos, realização de vistorias no celular, atendimento robotizado, exclusão de papéis impressos, todos esses são exemplos de mudanças provocadas pela aplicação da TI pelas companhias securitárias.

A problemática abordada conserva a relevância, observada pelo aumento do uso da tecnologia nas organizações de todos os setores. O serviço ofertado tanto pelas seguradoras e corretores foi bastante modificado com a evolução da tecnologia. Papeis, presença física, burocracia, lentidão e pouca diversificação praticamente não existem mais. Se observa hoje um ambiente muito mais favorável para atuação das seguradoras e dos corretores. Também para os clientes, que tem formas mais eficientes para conhecerem aquilo que estão contratando.

CAPÍTULO 6 – REFERÊNCIAS

ALBERTIN, A. L.; ALBERTIN, R. M. de M. **A Internet Das Coisas Irá Muito Além Das Coisas**. GV-executivo, v. 16, n. 2, março-abril, p.12-17, 2017.
ALBERTIN, A. L.; MOURA, R.M. **Enfoque gerencial dos Benefícios, e Desafios da Tecnologia de Informação para o Desempenho Empresarial.** Projeto de pesquisa desenvolvido com o apoio do Núcleo de Pesquisa e Publicações (NPP) da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP) da Fundação Getúlio Vargas (FGV). São Paulo: FGV-EAESP, 2003.
ALVIM, P. C. R. de C. **O papel da informação no processo de capacitação tecnológica das micro e pequenas empresas**. Ciência da Informação. Brasília, v. 27, n. 1, p. 28-35, jan./ abr. 1998.
ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
AUDY, J. L. N.; ANDRADE, G. K. de; CIDRAL, A. **Fundamentos de Sistemas de Informação**. Porto Alegre. Bookman, 2005.
BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
BELLO, Â. A. **Introdução à Fenomenologia**. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2006.
BRASSCOM. **Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação. Desoneração da Folha de Pagamento e Competitividade em TI.** 2014. Disponível em: <https://brasscom.org.br/wp-content/uploads/2016/12/Brasscom-DOC-2014-001-v34.pdf>. Acesso em: 7 abr 2018.
CERT.br. **Cartilha de Segurança Para Internet**. 2012. Disponível em: <https://cartilha.cert.br/livro/cartilha-seguranca-internet.pdf>.
CERVO, Amado L; BERVIAN, Pedro A. Pesquisa – conceitos e definições. In: Metodologia cientifica. São Paulo: Prentice Hall, 5ª Ed.1996, p.63-77
CLARO, A. **Sistemas de Informações Gerencias**. São Paulo: Know How, 2013.
CONSELHO NACIONAL DE SEGUROS - CNSEG. **Normas do Setor**. 2014. Disponível em <http://cnseg.org.br/cnseg/mercado/legislacao/normas-do-setor/> Acesso em: 18 abr 2018.
COSTA, A. S. C; SANTANA, L. C; TRIGO, A. C. **Qualidade do atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações**. Revista de iniciação cientifica - RIC, Cairu. Vol 02, nº 02. 2015. Disponível em: <http://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2/10_QUALIDADE_ATEND_CLIENTE.pdf >. Acesso em: 25 mar 2018.
CRUZ, T. **Sistemas de informações gerenciais**: tecnologia da informação e a empresa do século XXI. 2. ed. rev. São Paulo: Atlas, 2000.
CUNHA, M. A. V. C. MIRANDA, P. R. M. **O Uso de TIC pelos Governos**: uma proposta de agenda de pesquisa a partir da produção acadêmica e da prática nacional. www.revistaoes.ufba.br. O&S - Salvador, v.20 - n.66, p. 543-566 - Julho/Setembro. 2013.
DUARTE, R. **Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo**. São Paulo , n. 115, p. 139-154, Mar. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742002000100005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 mai 2018.
FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de Serviços: Operações, estratégia e tecnologia da informação** – 7 ed. Porto Alegre: AMGH Editora Ltda, 2011.
FRANCISCO, E. de R.; KUGLER, J. L. C.; LARIEIRA, C. L. C. **Líderes Da Transformação Digital**. GV-executivo, v. 16, n. 2, março-abril, p.22-27, 2017.
GUISSONI, L, A.. **Omnichannel: uma gestão integrada**. GVEXECUTIVO • V 16 • N 1 • JAN/FEV 2017.
HERCHEUI, M. D. **Redes Sociais: Uma Nova Perspectiva do Espaço**. GV-executivo, v. 10, n. 2, julho/dezembro, 2011.

JORNAL DOS CORRETORES DE SEGUROS – JCS. **A evolução do corretor de seguros** – Revista mensal. SINCOR, out 2017. Disponível em: <https://www.sincor.org.br/jcs/wp-content/uploads/sites/2/2017/11/jcs_outubro_ed434_web.pdf > Acesso em: 11 mar 2018.
LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de informação gerenciais**. 7. ed. São Paulo: Pearson, 2007.
LOVELOCK, C; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. Tradução: Cid Knipel Moreira; revisão técnica Mauro Neves Garcia. São Paulo: Saraiva, 2004.
MALAQUIAS, R. F. **Em Conexão Com Os Cidadãos**. GV-executivo, v. 16, n. 2, março-abril, p.18-21, 2017.
PADOVEZE, C. L. **Sistemas de Informações Contábeis**: fundamentos e análise. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2015.
PALADINI, E. P. **Gestão Estratégica da Qualidade:** princípios, métodos e processos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 2001.
PORTO SEGURO. **Central de Dúvidas e Atendimento a Clientes**. 2018. Disponível em: <http://atendimento.portoseguro.com.br/consulta-de-cliente/vistoria-pelo-app/> Acesso em 22 mar 2018.
QUEIROZ D.T.; VALL J.; SOUZA A. M. A.; VIEIRA N. F. C. **Observação participante na pesquisa qualitativa**: conceitos e aplicações na área da saúde. Rev Enferm UERJ. [on-line]. 2007 abr/jun; 15(2): 276-83. Disponível em: <http://www.facenf.uerj.br/v15n2/v15n2a19.pdf>. Acesso em: 2 mai 2018.
REZENDE, D. A. **Sistemas de informações organizacionais**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
REVISTA APÓLICE. **Prioridades em TI no mercado de seguros.** Disponível em: <https://www.revistaapolice.com.br/2017/09/ti-seguros-prioridades/ Acesso em: 20 jun 2018.

RIBEIRO, E. A. **A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa**. **Evidência**: **olhares e pesquisa em saberes educacionais**. Araxá/MG, n. 04, p.129-148, maio de 2008.
RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.
ROBERTS, N.; WILSON, T. D. ***Information resource management: a question of attitudes?*** *International Journal of Information Management*, n. 7, p. 67-75, 1987.
ROSSETTI, A.; MORALES, A. B. **O papel da tecnologia da informação na gestão do conhecimento**. Brasília, v. 36, n. 1, p. 124-135, Abr. 2007 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652007000100009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 abr 2018.
SANTOS, D. O.; VEIGA, R. T.; SOUZA, S. I. Mobile banking como novo canal de disseminação de informações e disponibilização de serviços: um teste da teoria do comportamento planejado decomposto. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 16, n. 4, p. 150-170, 2011. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/11591>. Acesso em: 2 abr 2018.
SCHUTZER, E.; PEREIRA, N. A. **Sistemas de informação**. In: BATALHA, M. et.al. Gestão Agroindustrial. Grupo de Estudos e Pesquisas Agroindustriais – GEPAI. São Paulo: Atlas, 1999. p.147-168.
SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Como montar uma corretora de seguros**. 2018. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-corretora-de-seguros,f7887a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em: 13 mar 2018.

SILVA, F. L. da; CHAN, B. L. **Análise da Demanda e Sinistralidade do Seguro Prestamista**. In KON, Anita; BORELLI, Elizabeth (Org.). Aportes ao Desenvolvimento Econômico. São Paulo: Blucher, 2015.
SILVA, R. C. **Gestão estratégica da tecnologia: instrumentos teóricos e aplicações**. Jacobina, BA: Rabisco, 2007.
SILVA, R. C. G**estão estratégica da tecnologia: instrumentos teóricos e aplicações.** Feira de Santana: Radami, 2008.
SOUZA, N. S.; LIMA, M. C. **Pesquisa qualitativa e generalização dos resultados: ficção ou realidade?** I Colóquio de Epistemologia e sociologia da ciência da administração. Florianópolis, 2011.
SPINOLA, M. P. M. **Tecnologia da Informação**. In: Gestão de Operações. 2a ed. Professores do Departamento de Engenharia da escola Politécnica da USP e da Fundação Carlos Alberto Vanzolini. São Paulo: Editora Edgard Blücher,1998, cap.4. p.97-104.
STAIR, R. M.; REYNOLDS, G. W. Princípios de Sistemas de Informações: **Uma abordagem Gerencial**. 4º ed. São Paulo: LTC, 2002
TECLÓGICA. **Porque adotar a gestão de Infraestrutura de TI o quanto antes**? 2018. Disponível em: <https://blog.teclogica.com.br/por-que-adotar-a-gestao-de-infraestrutura-de-ti-o-quanto-antes/> Acesso em: 18 mai 2018.