

PERFIL EMPRESARIAL CLÁUDIO KAWAZAKI

Uma nova página na indústria de recuperação de crédito no País



R E V I S T A

cliente sa

Ano 9 // nº 90 // fevereiro 2010 // R\$ 9,90 // www.clientesa.com.br

10 anos
callcenter.inf.br
O Nº 1 em Atendimento
com Clientes no Brasil

ESPECIAL

O papel crucial das
integradoras nas
transformações da
atividade de clientes

BASE DE DADOS OIBRAS

Empresários unem forças pela
qualidade da informação e
criam entidade pioneira na AL

SEGUROS

EXPECTATIVA POSITIVA
Chubb planeja dobrar faturamento
no próximo quinquênio



MARTIN HACKETT // ZATIX

MOVIDO A DESAFIOS

Business plan: a meta da liderança, unindo empresas e com
capital para novas aquisições

g grube
editorial



14

Mais um projeto ousado **Martin Hackett,** presidente da Zatix

Executivo conta experiência à frente de grandes companhias e revela estratégia de consolidação da Zatix, resultado de investimento e união de três empresas



10 anos **ESPECIAL**



38 O diferencial que os integradores agregam Na terceira matéria da série, mapeamos a evolução da atividade de gestão de clientes através dos integradores e revelamos a transformação que estas empresas impuseram ao mercado

44 De olho no futuro Executivos das principais integradoras atuantes no país falam dos desafios que estão por vir

Perfil Empresarial

O fortalecimento pela união Fundador da Siscom e um dos articulistas do Instituto GEOC, o advogado Cláudio Kawazaki traça um perfil do segmento de recuperação de crédito no país e revela o que o levou a se posicionar e empreender no mercado

26



36 Seguros Investimento para entrar no boom A Chubb Seguros ousa com estratégia agressiva de crescimento para os próximos cinco anos e quer duplicar o faturamento. O maior desafio é ampliar o quadro no mesmo ritmo



32 Case O suporte que vem da tecnologia



A Seguros Unimed aposta suas fichas em tecnologia Oracle como plataforma de crescimento e otimização da gestão de clientes

22 Base de dados O movimento OiBras pela qualidade Grupo de empresários se une para formar entidade em defesa da qualidade da informação, com apoio do Massachusetts Institute of Technology - MIT

SEÇÃO

Portal	06
Business Center	10
Back Office	46

ARTICULISTAS

	Leonardo Vieiralves Azevedo	08
	Julio Xavier	12
	Sandra Turchi	20
	Marcos Mazza	48
	Don Peppers	50

base de dados



A qualidade do contato, por um fio

Está nascendo a QIBras, uma associação focada na geração de modelos para gestão de qualidade na área de dados, com apoio do tradicional MIT

Uma operadora do delivery de um restaurante chinês costumava preencher os dados dos clientes com observações pessoais, dando um tom de brincadeira – de mau gosto – ao cadastro que produzia. Quando o proprietário decidiu enviar um material promocional, utilizando seu próprio banco de dados, os consumidores foram

surpreendidos com etiquetas cheias de comentários, como “cliente mal pagador”, por exemplo. Brincadeira que não deve ter sido muito bem aceita por quem recebia as entregas. O caso, que contam ser verdadeiro, tem tom de piada, porém reflete a infeliz e recorrente falta de cuidado com a qualidade da informação nas empresas.

A preocupação com a qualidade de dados e da informação começou a ganhar formato por volta dos anos 30, nos EUA. Na época, e nas décadas seguintes, o assunto ainda estava bastante voltado para a fabricação de produtos e envolvia o gerenciamento de qualidade na produção, especialmente nas indústrias. Mais tarde, entre os anos de 1970 e 1980, com o aumento das exportações da indústria japonesa, que buscava sempre produzir produtos de alta qualidade, foi criado o conceito de Controle de Qualidade Total. Desde então, o principal objetivo da Gestão da Qualidade Total é a melhoria contínua, através de 3 princípios fundamentais: focar no cliente, melhorar os processos e envolver totalmente os indivíduos que formam a cadeia produtiva. Em linhas gerais, assim criaram-se as bases para o que, mais tarde, resultaria na busca pela qualidade de dados e informação.

O RISCO

Quanto melhor a qualidade da informação obtida, menor o risco, e vice-versa. Dessa forma, a qualidade da informação se tornou uma grande variável de competitividade para as empresas. Gestores de todo o mundo passaram a ver o assunto como fundamental para alcançar metas, pois com informação de qualidade é possível obter redução de custos, crescimento de receita, aumento de produtividade e diminuição de riscos.

Na prática, a qualidade de dados e informação acaba ganhando interpretações diferentes em cada meio onde se apresenta. Para empresas e profissionais de marketing direto, por exemplo, o assunto está muitas vezes ligado à organização e limpeza de dados cadastrais, utilizados posteriormente em campanhas de e-mail marketing ou telemarketing – quanto melhor a qualidade das informações sobre os clientes, melhor o resultado obtido pela campanha. Mas a informação de qualidade também é peça fundamental nas mãos de um gestor, que pode ter uma visão detalhada do seu negócio e, com isso, direcionar as ações da empresa, avaliar o ROI, gerenciar melhor seu estoque e fortalecer o relacionamento com seus clientes, entre tantas outras coisas.

Através da informação apurada e de qualidade, é possível analisar os indicadores de desempenho e, dessa

forma, se chegar às justificativas dos resultados. A metodologia se aplica a qualquer tipo de negócio, desde as pequenas e médias empresas, até as grandes multinacionais. Nos EUA – onde estima-se que a má qualidade da informação gere perdas de US\$ 600 bilhões anualmente – os maiores demandantes do gerenciamento da qualidade da informação são o Governo e as empresas do ramo de saúde. Na Europa, assim como no Brasil, o assunto ganha preferência das empresas de tecnologia, seguros e financeiras.

No Brasil, a implementação de programas de gestão de qualidade de dados e informações, inseridos ao longo da cadeia produtiva, foram as primeiras iniciativas independentes das empresas que ajudaram a difundir o assunto. Isoladamente, algumas foram buscar fora do país, exemplos e tecnologia que pudessem auxiliar nos processos. Porém, nunca houve uma uniformidade nas discussões.

PIONEIRISMO

O contato de algumas empresas brasileiras com o Massachusetts Institute of Technology, MIT, e com o professor Richard Wang, diretor do Programa de Qualidade da Informação da instituição de ensino norte-americana e um dos maiores especialistas mundiais no assunto, foi fundamental para a unificação de ideias entre executivos e a formação

CULTURA A agenda da Qualidade

Primeiro evento da QIBras, o Encontro Internacional da Qualidade da Informação, será realizado nos dias 12 e 13 maio, em São Paulo. Para o evento, já estão confirmadas as participações de importantes nomes da gestão da informação, entre eles: Larry English, presidente da Information Impact International Inc e desenvolvedor da metodologia Total Data Quality Management; Michel Mielke, fundador e atual presidente da German Society of Information Quality; e Bill Inmon, presidente da Forest Rim Technology, reconhecido mundialmente como o "Pai do Data Warehousing".

dos pilares de uma possível associação para a autorregulamentação do segmento. O interesse pelo assunto propiciou a realização de diversos eventos para debater a qualidade da informação e promover a formação dos profissionais da área, além da criação de um Grupo de Qualidade de Dados que passou, entre outras coisas, a nortear ações e realizar pesquisas entre as empresas.

Como resultado desse longo processo e marco para o segmento, no início do mês de fevereiro de 2010, foi lançada oficialmente a QIBras – Qualidade da Informação Brasil. Com o apoio do MIT, a entidade – primeira do gênero na América Latina – surge com a proposta de defender os interesses do mercado de qualidade da informação e a regulamentação

RAIO-X A Qualidade da informação no Brasil*

87% dos executivos avaliam como alta a relevância da qualidade da informação

65% das companhias possuem uma única base interna de dados

65% das companhias possuem departamento interno de qualidade da informação

70% das companhias utilizam fontes externas para aprimorar as informações

76% das companhias atualizam o cadastro de clientes a partir de dados do SAC ou RSVP

77% dos executivos consideram alto ou médio o impacto da qualidade da informação nos negócios

76% dos executivos consideram que a informação não está disponível de forma a permitir análise e segmentação

* pesquisa realizada em 2009, com a participação de 130 empresas brasileiras

Fonte: Grupo de Qualidade de Dados

base de dados

do segmento no país. Resultado da união de dez empresas, a QIBras tem como metas: a criação de oportunidades de desenvolvimento do setor, a promoção do aperfeiçoamento técnico-profissional, o intercâmbio de experiências e a defesa dos interesses dos associados.

“A QIBras é uma iniciativa aberta, que precisa do apoio da sociedade, dos órgãos públicos e da academia”, explica Guilherme Rocha, presidente da System Marketing, uma das empresas co-fundadoras da entidade. Já foi estabelecido um diálogo com a Universidade de São Paulo, a Fundação Getúlio Vargas e a Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo. A transferência de conhecimentos é fundamental na busca pela melhor gestão da qualidade da informação.

Daqui por diante, a QIBras pretende promover uma autorregula-

mentação do setor, válida para o país inteiro. A ideia é “fazer com que a regulamentação seja algo indispensável entre as empresas”, destaca Flávio Pires, diretor presidente da Assesso Engenharia de Sistemas, outra empresa fundadora da QIBras.

Promovendo um debate amplo sobre o assunto, a entidade espera que empresas de mais segmentos, como provedores de internet, programas de fidelização, e até mesmo o Governo, percebam que a qualidade da informação é fundamental para o desenvolvimento de um negócio. Como consequência dessa percepção, Jorge Geraldo, diretor de Marketing de Relacionamento da MKTEC, uma das participantes da associação, avalia que “o maior beneficiário da elevação do padrão de serviços, conquistada com a melhor qualidade de informação, é a sociedade brasileira”. 

QIBRAS Radiografia das fundadoras

Alphabase

Iniciativa de cooperação de banco de dados, gerenciada pela Editora Abril.

Frontier

Empresa especializada em soluções para o mercado de internet.

MKTEC Marketing de Relacionamento

Empresa especializada em gerenciamento do relacionamento com o cliente.

Spers & Spers Consultoria

Consultoria com foco em treinamento em estratégia, marketing e vendas.

System Marketing

Especializada em gestão de cadastros e qualidade de dados.

Assesso Engenharia de Sistemas

Referência no mercado brasileiro de qualidade de dados.

Inteligência de Negócios / QlikView

Master Reseller da empresa sueca Qliktech, criadora do QlikView, ferramenta de BI.

ZipCode

Empresa provedora de soluções em Marketing, Informação e Tecnologia, especializada em DBM, BI e CRM.

ProVer

Consultoria em tecnologia da informação, com foco em soluções para qualidade de dados e marketing direto.

MDPlus

Especializada em consultoria estratégica de vendas.