

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO OESTE, UNICENTRO

SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, SESA

MBA ESTRATÉGIAS COOPERATIVAS

Ênfase em Gestão de Pessoas

TATIANA CAPPELLESSO

**Implantação para contratação de seguros residenciais e seguros de vida nos
terminais de autoatendimento**

Francisco Beltrão/Paraná

2020

TATIANA CAPPELLESSO

Implantação para contratação de seguros residenciais e seguros de vida nos terminais de autoatendimento

Plano de negócios apresentado ao curso de MBA Estratégias Cooperativas – Ênfase em Gestão de Pessoas da Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO, como requisito para conclusão do curso.
Prof. Orientador Ms. Marcos Aurélio Larson

Francisco Beltrão/Paraná

2020

CARTA DE ABERTURA

Destino esta carta de abertura à banca avaliadora e a Cresol Baser visando a criação de uma ferramenta prática a todo o sistema Cresol, que visa principalmente o aumento de receita para as cooperativas e para o cooperado correntista a facilidade e segurança em casa, no trabalho ou onde desejar.

No mundo globalizado que se está a cada dia mais inseridos, o que vê-se no dia a dia é que as pessoas buscam por agilidade, facilidade e tranquilidade, onde enfrentar a fila na instituição financeira, tanto para ir ao caixa quanto para falar com o seu gerente de conta tornou-se um incômodo, e faz com que os poucos minutos que a pessoa tem para lazer acabem nas filas de espera.

Analisando o cenário atual, a ideia é que se passe a disponibilizar ao cooperado a contratação de seguros residenciais e de vida pelos terminais de auto atendimento e também pelo internet banking, pois muitos não sabem o que é e tampouco como funciona, porque em uma ida à instituição financeira não tiveram tempo para ouvir a oferta do produto pelo seu gerente de conta, e por consequência não conseguiram assegurar seu patrimônio. Essa disponibilidade nos terminais vem para fazer com que apenas em um clique o cooperado tire suas dúvidas sobre o seguro e já contrate o mesmo, não precisando ir até a agência para precisar cotar um seguro, tirar dúvidas ou assinar propostas.

Hoje, cerca de 20% dos correntistas possuem algum tipo de seguro, essa ideia vem para que aumente esta adesão a seguros dentro do quadro social de cooperados e conseqüentemente eleve-se as receitas e as sobras da cooperativa.

FOLHA DE ROSTO

CRESOL BASER

ENDEREÇO: R. Ernesto Sanderson, 101 - Industrial, Francisco Beltrão - PR, 85601-657

TELEFONE: (46) 3520-1981

PROJETOS E/OU PRODUTOS E/OU SERVIÇOS E/OU OUTROS: Disponibilizar nos terminais de auto atendimento e internet banking a contratação de seguros residenciais e seguros de vida.

RAMO DE ATIVIDADE: Comercial

PESSOA RESPONSÁVEL: Tatiana Cappellesso

LOCAL E DATA: Boa Esperança do Iguaçu, 10 de Julho de 2020.

SUMÁRIO

1 RESUMO EXECUTIVO	2
2 A CENTRAL BASER	3
3.1 Características Gerais	4
3.2 A Análise de Mercado	5
3.3 Tamanho e Localização	8
3.4 Aspectos Tributários do Projeto	9
4 ORÇAMENTO E ESTRUTURA DE CAPITAL	10
5 PLANO ECONÔMICO-FINANCEIRO	12
6 OBSERVAÇÕES FINAIS	14
7 DOCUMENTOS COMPLEMENTARES	15
8 REFERÊNCIAS	16

1 RESUMO EXECUTIVO

A desenfreada globalização que vivencia-se nos dias de hoje, seja no cotidiano social como empresarial, faz com que se tenha a necessidade de sempre estar inovando para manter-se no mercado. E é devido a essa constante mudança que evidencia-se a relevância do projeto em questão.

A diversificação das receitas bancárias é essencial para a saúde financeira de uma instituição financeira. Segundo Ferreira (2017, p.92) “um banco diversifica suas receitas ao operar tanto com a intermediação financeira tradicional quanto com as atividades não tradicionais. As receitas advindas da intermediação financeira tradicional são aquelas originárias de juros, enquanto as receitas geradas de formas não tradicionais são aquelas originárias de receitas com tarifas, comissões e serviços em geral”.

A aquisição de produtos bancários é cada dia mais comum na população brasileira, e aproveitando isso, as instituições financeiras buscam fidelizar seus clientes por meio da venda da maior quantidade possível de produtos. No entanto, a população brasileira cada vez mais está buscando por soluções digitais em casa. Pois na correria do dia a dia, muitas vezes a necessidade de se ir até a agência de relacionamento faz com que outro compromisso precise ser adiado ou cancelado.

E é a partir dessa temática que aposta-se na ferramenta de disponibilização para contratação de seguros residenciais e seguros de vidas pelos terminais de auto atendimento e Internet Banking, uma vez que facilitará o acesso aquele cooperado que não tem tempo de ir até a agência de relacionamento, fazendo-o com que proteja seu patrimônio e àqueles que mais ama, com um baixo custo, sem emissão de propostas e apólices, tudo digital, a cooperativa e o cooperado também estarão fazendo o seu trabalho de sustentabilidade ambiental.

2 A CENTRAL BASER

Nascida para atender as necessidades das famílias que viviam no campo, a Cresol surgiu em 1995 no estado do Paraná na cidade de Dois Vizinhos por um grupo de agricultores da Agricultura Familiar da região do Sudoeste do Estado do Paraná. Ela foi criada a partir da necessidade de um sistema que pudesse socorrer os agricultores das pequenas propriedades, que tinham uma enorme necessidade de acessar o crédito. (CALEGARI, 2020, p. 129)

A partir daí ela foi crescendo e abrindo agências em várias cidades e diferentes estados, “tornou-se livre admissão e hoje se encontra com mais de 553 mil cooperados e mais de 500 unidades de atendimento distribuídas em todo o território nacional” (CRESOL INSTITUCIONAL, 2019, p. 00).

“A mais de duas décadas a Cresol vem crescendo e se consolidando nas diferentes regiões em que está inserida” (CRESOL INSTITUCIONAL, 2019, p. 00). Fornece soluções financeiras para todos os públicos, com crédito rural rápido e fácil, produtos e serviços como seguros, consórcio, cartão de crédito, Internet Banking, atendimento diferenciado, créditos para empresas, dentre outros. O que indica que a cada ano vem apresentando um crescimento maior que faz com que se torne uma das principais cooperativas de crédito do Brasil.

Visando o seu contínuo crescimento apresenta-se um plano de negócios que vem para atender aquele cooperado que não tem muito tempo de ir até a agência e que gosta de descobrir e buscar as coisas sozinho, propondo a disponibilização de contratação de seguros residenciais e seguros de vida pelos canais de auto atendimento, que seria o terminal de auto atendimento e o internet banking.

Com a implantação desse plano de negócios, as cooperativas poderão apresentar uma receita maior perante seus associados no final dos exercícios, uma vez que as instituições financeiras estão cada vez mais buscando aumentar suas receitas com produtos e serviços.

Essa nova opção de contratação de seguros trará uma nova alternativa de produto para a Cresol, aumentando ainda mais seu leque de movimentações, abrangendo novos públicos e ampliando sua demanda. Desta forma a visão é atingir maior número de associados com essa nova opção de produto com a missão de oferecer desenvolvimento pessoal e financeiro dos associados, também sua segurança pessoal e patrimonial.

3 O PROJETO

3.1 Características Gerais

A disponibilização para contratação de seguros residenciais e de vida nos canais de auto atendimento, vem para atender aquele cooperado que não possui tempo ou não gosta de ir até a agência, pois muitos têm curiosidades para saber como funcionam, bem como interesse em assegurar o seu patrimônio e sua família, porém não disponibilizam de tempo.

Essa ferramenta pode disponibilizar várias oportunidades de negócios, pois com a facilidade para a contratação e desburocratização será mais fácil de adquirir o produto. Da mesma forma que atrairá mais o público que está afeito com o mundo digital, que gostam do sistema rápido e fácil, nossos jovens.

É fato que esta disponibilização não atenderá aquelas pessoas que não possuem acesso às ferramentas eletrônicas e modernizadas dos tempos atuais, que seria o público com maior faixa etária, bem como aqueles clientes que preferem a segurança e também atendimento presencial. No entanto, neste momento em que se vive, crê-se que a utilização das mídias sociais e a necessidade de utilizar os aplicativos, até mesmo por este público será um diferencial para a Cresol.

Hoje, na Cooperativa Cresol a maioria dos cooperados utilizam os terminais de auto atendimento para realização de inúmeras transações, como consulta de saldos, aplicações financeiras, recargas de celular, pagamento de boletos, transferências bancárias, dentre outros. Até mesmo por que muitos não conseguem ir até a agência de relacionamento em horário de atendimento. Destacando isso, surge a importância de desenvolver uma forma do próprio cooperado realizar a sua cotação de seguro residencial para proteger seu patrimônio ou seguro de vida para proteger sua renda financeira e sua família.

Uma vez que a demanda por esses serviços online vem crescendo devido a modernização, muitas pessoas não querem mais enfrentar filas ou ficar presas assinando papéis. Uma pesquisa da Revista EXAME publicada por Yazbek (2013, p. 00) mostra que:

As corretoras online de seguros estão cada vez mais se espalhando pelo mercado brasileiro. A facilidade de contratar os seguros sem sair de casa e a

possibilidade de cotar os valores praticados por diversas seguradoras são os principais atrativos desses sites.

Também, uma pesquisa aponta que a contratação de seguros pela internet tem aumentando bastante no decorrer dos anos.

A oferta de contratação de seguros diversos pela internet ou por meio de aplicativos tem crescido bastante nos últimos tempos. Diversas marcas, sejam seguradoras tradicionais ou 100% online têm dado ao consumidor a possibilidade de cotar e contratar o seguro totalmente pela internet. (PROTESTE, 2020, p. 00)

Para implantação deste projeto, em um primeiro momento evidencia-se a necessidade de apenas de um colaborador do setor de TI para a implementação da funcionalidade no aplicativo e no terminal de auto atendimento, uma vez tendo as opções de cotações lá, qualquer dúvida sobre a contratação do mesmo o cooperado entrará em contato com a sua agência de relacionamento. Não será necessário impressões de propostas, uma vez que quem está aderindo é o próprio cooperado por meio de sua senha de acesso e, isso ajudará na responsabilidade socioambiental que a Cresol tem com o Meio Ambiente.

3.2 A Análise de Mercado

A globalização surgiu a partir do avanço da comunicação e transporte entre os diversos países, ela afeta as mais diversas camadas de nossas vidas, e seu surgimento veio para aproximar os países e facilitar a comunicação entre eles.

Atualmente vivemos em um mundo globalizado, tal realidade tem interferido diretamente em nossas vidas, onde diversas mudanças acontecem. As tecnologias com as quais contamos hoje geram muitos benefícios para o cotidiano das pessoas, uma vez que a sociedade atual tem acesso a uma série de produtos e serviços que facilitam sua vida, além disso, a todo instante novos produtos são criados para satisfazer as necessidades que vão surgindo. Diante do conforto e facilidade que desfrutamos, provocados pela globalização, fica claro que esse processo é irreversível. (MUNDOEDUCAÇÃO, 2020, p. 00).

Pesquisas apontam que “entre os clientes de bancos no Brasil, 82% preferem usar a internet para realizar transações como a gestão de suas contas e a

transferência de fundos, segundo um estudo conduzido pela Cisco IBSG.” (GLOBO, 2012, p. 00).

As instituições financeiras digitais estão se tornando cada vez mais tendência entre a população brasileira, conseqüentemente a preferência pelo uso dos aplicativos digitais para acesso às informações bancárias também vêm crescendo gradativamente. Neste sentido, Loureiro em suas palavras nos diz que:

A pesquisa mostrou que os aplicativos móveis se tornaram a principal ferramenta de acesso entre os correntistas e os bancos, com preferência de 43% dos usuários. Do outro lado, fazer a interação por agências físicas é a forma preferida de somente 16% dos questionados. Vale destacar que um levantamento feito pela Febraban em 2018 apontou crescimento de 24% do número de transações bancárias feitas pelo celular. Em cada dez transações, com ou sem movimentação financeira, pelo menos seis são realizadas em smartphones e tablets. (LOUREIRO, 2020, p. 00)

Também, outra pesquisa da revista EXAME mostra o que faz o correntista preferir o acesso a canais eletrônicos:

Hoje, o consumidor considera como principais motivos para fazer essa migração não ter que ir até uma agência, indicado por 32% dos entrevistados, e ter acesso ao banco 24 horas por dia (29%). Os brasileiros consideram ainda agilidade (25%), não ter que pegar filas (23%), segurança (21%), conforto (19%), inovações tecnológicas (16%) e fácil abertura de conta (14%). (MAMONA, 2019, p. 00)

Portanto, conforme pesquisas indicadas, cada vez mais as pessoas estão buscando soluções financeiras por meio dos canais de autoatendimento.

E porque apostar nos seguros? Nestas mesmas pesquisas percebe-se e também apontam que cada dia que passa, o brasileiro está buscando mais por segurança, está mais preocupado em proteger suas conquistas, procurando proteger seu patrimônio e assegurar sua família, pois quando a pessoa faz um seguro, ela passa a ter os riscos compartilhados e em um eventual sinistro, não será pego de surpresa.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Revista Apólice (2019, p. 00) “segundo dados compilados pela FenSeg, no caso de apólices residenciais, a alta foi de 12,8%, alcançou os R\$ 2,9 bilhões. Número que expressa a necessidade de proteção.”

As pessoas estão cada vez mais preocupadas em proteger seus bens, podendo-se observar um aumento de contratações de seguros em todos os segmentos, o que aponta uma pesquisa realizada pela revista UOL (2019, p. 00) “As contratações de seguros feitas entre os meses de janeiro e abril deste ano aumentaram em 14,8%. O dado é da FenaPrevi, e compara as aquisições de 2019 com as realizadas no mesmo período de 2018.”

Por outro lado, também há as pessoas que apresentam uma certa restrição a vendedores de seguros, segundo Willcox e Harris (apud SEVERN, 1986), citado por Nepomuceno (2008, p. 47):

As pessoas possuem uma atitude negativa diante de vendedores, e ainda mais negativa perante vendedores de seguros, definindo-os como menos confiáveis. Segundo os autores, isso pode explicar em parte a atitude negativa dos consumidores perante esse produto. Cato (2002) também constatou uma atitude negativa ante as seguradoras após entrevistar 700 americanos e demonstrar a desconfiança do público perante a indústria de seguros e as instituições financeiras.

Portanto, visando a modernização e a necessidade de implantação de um produto de contratação diferenciado e inovador no mercado, onde a pessoa escolhe, define e contrata conforme suas condições e necessidades, faz com que este produto tenha viabilidade econômica na cooperativa, uma vez que não haverá custos adicionais em sua implantação, pois já trabalha com o produto.

A partir daí, para comprovar a sua viabilidade, foi aplicado uma pesquisa de caráter qualitativo e quantitativo com perguntas referente a seguros, especificamente seguros residenciais e seguros de vida, sua possível contratação e também a disponibilidade das pessoas. A pesquisa realizada foi respondida por 172 pessoas de ambos os sexos da região do sudoeste do Paraná e também de outras regiões do Brasil.

Com a pesquisa verifica-se que 97,1% sabem o que são seguros residenciais e seguros de vida enquanto 2,9% não têm conhecimento do mesmo, desses 83,1% possuem algum tipo de seguro ao passo que 16,9% não possuem nenhum tipo de seguro. Portanto, já se pode ter um possível percentil de novos clientes, o que demonstra a viabilidade da presente proposta.

Quando foi perguntado se os entrevistados fariam algum tipo de seguro residencial ou de vida, 96,5% responderam que fariam e 3,5% não fariam algum desses seguros, o que praticamente iguala a resposta quando perguntado se os entrevistados entendem a importância de ter um seguro residencial ou de vida onde 97,1% entendem e 2,9% dizem não entenderem a importância do mesmo, isso mostra que basicamente o mesmo percentual que não entende a importância de ter um seguro residencial ou de vida não faria o mesmo.

Quando perguntado sobre a disponibilidade de contratação de seguros residenciais e de vida pelos terminais de auto atendimento 77,9% dos entrevistados disseram achar boa a opção enquanto 22,1% não acharam o mesmo. E por fim, dos 172 entrevistados, 54,7% disseram que quando vão na sua agência de relacionamento possuem tempo para a abordagem de produtos e serviços e 45,3% não possuem tempo para o mesmo, foi observado que a maioria que responde não possuir tempo, são os jovens, o que novamente demonstra ser uma base sólida para a implementação da presente proposta e assim conseguir novos associados e ainda conseguir implementar a venda destes produtos à este público.

3.3 Tamanho e Localização

Essa nova ferramenta para cotação de seguro pelo próprio correntista será desenvolvida levando em consideração duas variáveis: seguro residencial e seguro de vida. Por se tratar de seguros simples, sua cotação pode ser feita por leigos e, também, por ser de baixo custo, as pessoas tendem a aderir com maior facilidade ao produto. Também a opção em os incluir nos terminais de auto atendimento é devido às pessoas cada vez mais estarem se auto atendendo e preferindo canais eletrônicos.

Com relação ao suporte, a central já possuindo uma estrutura física, disponibilizaria uma sala para a criação de um setor próprio para essa nova funcionalidade. A sala de comandos seria na central e seria utilizada uma cooperativa como projeto piloto, para testes e para posteriormente programar a implantação nas demais cooperativas.

Esta forma de aplicabilidade da ferramenta demonstra-se ser acessível pois ela atinge a todos que têm acesso a internet ou ao terminal de auto atendimento, não

importa o lugar que esteja, desde que possua internet, conseguirá ter acesso a ferramenta.

3.4 Aspectos Tributários do Projeto

Para a implantação dessa ferramenta não haverá gastos extras, podendo ser destinado um profissional de TI para a alocação dos produtos nos aplicativos e terminais de auto atendimento e mais um profissional do setor de seguros para aplicabilidade da ferramenta.

Assim que a ferramenta estiver disponível nos canais de autoatendimento os Gerentes de Negócios ou os Assistentes de Negócios poderão dar suporte ao cooperado em possíveis dúvidas.

Também para o sucesso do produto será necessário desenvolver um plano de Marketing, como propagandas e divulgações, para assim impulsionar a nova ferramenta, fazendo com que ela seja repassada às pessoas de forma clara e objetiva, uma vez que esse passo inicial será fundamental para o desenvolvimento com êxito do produto. Neste sentido, FRIENDS (2018, p. 00) menciona que “Podemos considerar que o sucesso financeiro de um empreendimento é resultado, em grande parte, de um trabalho de marketing bem executado.”

Desta forma, aumentando o número de clientes que terão acesso a essa ferramenta, conseqüentemente estaremos aumentando o número de pessoas com adesões de seguro e também a receita da cooperativa, diminuindo custos com impressões de papéis e outros materiais e disponibilizando mais tempo para os funcionários da agência direcionarem atenção aos demais cooperados e assim possibilitando efetivarem outros negócios, onde poderá haver impactos tributários, os quais neste momento seria precipitado informa-los, para não se incorrer em erros e comprometer o Plano como um todo.

4 ORÇAMENTO E ESTRUTURA DE CAPITAL

Por se tratar de uma ferramenta já utilizada e que apenas será implementada adicionalmente nos canais eletrônicos, não haverá necessidade de muitos gastos. Pode-se contar com o espaço físico da central, onde será utilizado apenas uma sala, no início com um profissional de tecnologia de informação para o desenvolvimento do projeto e implantação nos terminais de auto atendimento e de um analista de seguros para cuidar dos procedimentos iniciais, para acompanhamento dos contratos abertos, bem como a documentação, validação e pagamentos.

Cada agência da Cresol deverá contar com pelo menos um terminal de auto atendimento e os colaboradores responsáveis podem ficar alocados nas estruturas já existentes das sedes contando com equipamento tecnológico de informática, bem como material físico como mesas, cadeiras, dentre outros instrumentos de trabalho.

Para melhor atingimento do projeto será necessário um investimento na área do Marketing para assim conseguir divulgar de maneira clara e objetiva a todos os cooperados e futuros cooperados a disponibilidade do novo produto, para isso poderá ser usado os diversos canais da mídia social, onde terá um baixo custo. E também cabe a cada agência ajudar na divulgação entre os cooperados.

Para melhor mensurar as informações monetárias condizentes ao custo foi solicitado aos responsáveis do RH informações necessárias para o estudo, no entanto não obteve-se retorno com êxito uma vez que os mesmos responderam não poder passar a informação solicitada por quebra de sigilo, orientaram utilizar o site da CATHO para pesquisas salariais padrão, porém, o mesmo não traz a informação se o valor é bruto ou líquido e não estão sendo considerados os encargos dos salários.

Portanto, foi realizada uma pesquisa de mercado utilizando o site da CATHO (2020, p.00) e projetado para implantação do sistema a alocação de dois profissionais, sendo um Técnico de Informática com um custo salarial mensal de R\$ 2.671,00/funcionário e um Analista de Seguros com um custo salarial mensal de R\$ 2.924,00/funcionário, posterior ao desenvolvimento da disponibilidade nos terminais de auto atendimento.

Será utilizada como projeto piloto a cooperativa Cresol Pioneira a qual possui 14 agências, sendo alocado como responsável um Assistente de Negócios por agência para possíveis dúvidas dos cooperados e também incentivo aos mesmos, com um custo do salário mensal em torno de R\$ 1.767,00/funcionário e um Analista

na sede administrativa para possíveis suportes às agências com salário mensal em torno de R\$ 2.326,00/funcionário.

Quadro 1: Quadro demonstrativo dos salários

Quadro Salarial			
Função	Quantidade	Salario	Total
Técnico de Informática	1	R\$ 2.671,00	R\$ 2.671,00
Analista de Seguros	1	R\$ 2.924,00	R\$ 2.924,00
Total Central			R\$ 5.595,00
Assistente de Negócios	14	R\$ 1.767,00	R\$ 24.738,00
Analista Administrativo	1	R\$ 2.326,00	R\$ 2.326,00
Total Cooperativa			R\$ 27.064,00

Fonte: CATHO (2020, p. 00), Quadro editado pela autora.

Logo de início, o projeto terá um custo de R\$ 5.595,00/mês com os profissionais alocados na central, uma vez que as agências já dispõem dos profissionais necessários para essa implantação, não teria o custo adicional dos funcionários. E em relação ao Marketing, como a Cresol já possui um setor próprio de Marketing não apresentaria custo para o mesmo, portanto a demora da aplicabilidade desta ferramenta seria o tempo do Técnico de Informática desenvolver o Software, não sendo possível estabelecer um prazo exato para o mesmo.

Uma vez que a Cresol sempre está perto do seu cooperado, ajudando-o no seu crescimento e desenvolvimento, levando essa ferramenta até ele, pode-se dizer que haverá um melhor desenvolvimento de nosso cooperado, além de mostrar que a Cooperativa investe e protege aquele que é de suma importância para a Cooperativa e a sociedade como um todo.

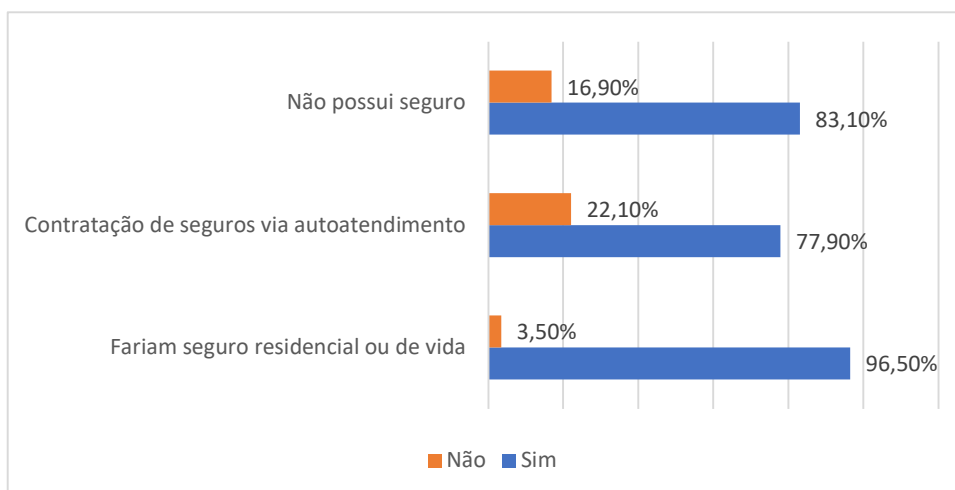
5 PLANO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Segundo informações repassadas pelo setor comercial da central Cresol Baser nos meses de Janeiro a Abril de 2020 foram vendidos cerca de R\$ 2.174.664,95 em prêmios de seguro residencial, ou seja, 6.854 apólices. E levando em consideração o mesmo período, foram vendidos 16.478 apólices de seguros de vida nas agências da Cresol e dessas apólices de vida 79,36% são das seguradoras que as agências tem acesso para cotação direta pelo aplicativo de seguros da própria agência sem precisar entrar na seguradora para realizar a cotação.

Com essa nova ferramenta disponibilizada ao cooperado e de acordo com a pesquisa, onde 96,5% dos entrevistados responderam que fariam um seguro residencial ou de vida e também 77,9% afirmaram achar boa a opção de contratação de seguros residenciais e de vida nos terminais de auto atendimento pode-se estimar um crescimento aproximado inicial de 10% em contratação de novos seguros, onde de acordo com a pesquisa 16,9% dos entrevistados disseram não possuir algum tipo de seguro. Com uma divulgação assertiva do projeto o crescimento só tende a aumentar e conseqüentemente a receita das cooperativas também.

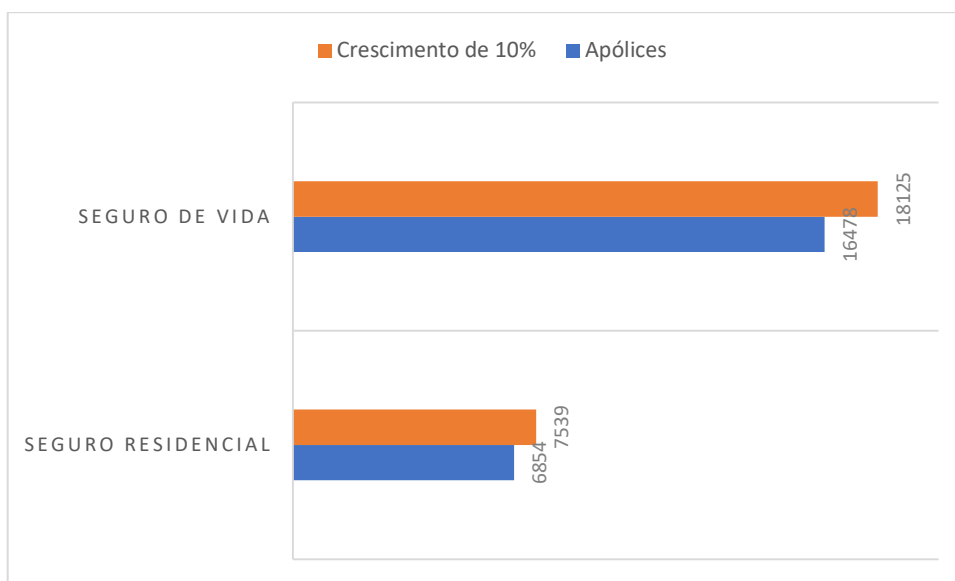
Para melhor demonstrar as informações acima, segue gráfico explicativo, onde no gráfico 1 demonstra a pesquisa realizada sobre a adesão ou não a seguros residenciais e de vida e no gráfico 2 apresenta a projeção dos 10% de crescimento em cima do total de apólices vendidas no ano de 2020 em todo o sistema Cresol abrangido pela Central Baser, projeção foi realizada de acordo com dados da Central, por não ter acesso às informações por agências.

Gráfico 1: Demonstrativo de seguros



Fonte: Autora, 2020.

Gráfico 2: Projeção de Crescimento



Fonte: Autora, 2020.

Isso mostra que o projeto de disponibilidade de contratação de seguros residenciais e de vida só vem a somar para o crescimento da Cresol.

6 OBSERVAÇÕES FINAIS

Novidades e produtos diferenciados aparecem a todo o momento no mercado, e as instituições financeiras buscam sempre atualizar-se conforme a demanda do mercado.

Esse projeto foi desenvolvido visando a necessidade da implantação de uma disponibilidade de contratação de seguros residenciais e de vida mais ágil e fácil ao cooperado, onde ele poderá adquirir um produto e usufruir de proteção sem sair de sua residência, sem precisar se deslocar até sua agência de relacionamento.

Estar sempre a frente para atender ao cooperado, e lembrando da missão da cooperativa que é fornecer soluções financeiras com excelência ao cooperado para ajudar no seu desenvolvimento, essa ferramenta vem para que possamos estar juntos com o cooperado e para somar no resultado da cooperativa.

Sabe-se que esta ferramenta pode atender mais ao público jovem, pois é ele quem utiliza os canais eletrônicos em maior número das vezes, porém hoje, cada vez mais aumenta a busca por soluções financeira online e as pessoas que não têm tanta facilidade com os meios tecnológicos estão se adaptando à eles.

Cite-se, em especial o momento pelo qual o mundo está passando, o isolamento social está fazendo com que todos se adequem à utilização destas metodologias informatizadas e não são raras as pessoas que na mídia televisiva, em especial vários pensadores, mencionam que o mundo sairá diferente deste período.

Portanto, é o momento ideal da CRESOL explorar este novo produto, demonstrar às demais Cooperativas de Crédito que ela está à frente e conseqüentemente isto já faz parte de um grande marketing, *“a CRESOL mesmo durante os piores momentos está perto de quem mais precisa de proteção”* (citação da frase por (Larson, 2020. s/p.)).

Desta forma, com mais uma ferramenta para oferecer, a Cresol tenderá a crescer e se desenvolver, juntamente com seu cooperado, cada dia mais.

7 DOCUMENTOS COMPLEMENTARES

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO OESTE, UNICENTRO MBA ESTRATÉGIAS COOPERATIVAS Ênfase em Gestão de Pessoas

QUESTIONÁRIO

Este questionário é parte de uma pesquisa sobre o Plano de Negócios referente à criação da disponibilidade de contratação de seguros residenciais e de vida nos terminais de auto atendimento.

Sexo: () Feminino () Masculino Idade: _____

1 - Você sabe o que são seguros residenciais e de vida?

() SIM () NÃO

2 – Você tem algum seguro?

() SIM () NÃO

3 – Você faria um seguro residencial ou de vida?

() SIM () NÃO

4 – Você entende a importância de ter um seguro residencial ou um seguro de vida?

() SIM () NÃO

5 – Você acredita ser boa a opção de ter para contratação seguros residências e seguros de vida nos terminais de auto atendimento?

() SIM () NÃO

6 – Quando você vai na sua agência de relacionamento, você tem tempo para abordagens de produtos e serviços?

() SIM () NÃO

8 REFERÊNCIAS

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING PARA AJUDAR ESCALAR A SUA EMPRESA.

Disponível em: <<https://www.friendslab.co/a-importancia-do-marketing>>. Acesso em 11/06/2020.

BUSCA SALARIO. Disponível em:

<<https://www.catho.com.br/profissoes/buscar/analista-administrativo>>. Acesso em 27/06/2020.

BRASILEIROS BUSCAM SEGUROS RESIDENCIAIS CONTRA IMPREVISTOS.

Disponível em: <<https://www.revistaapolice.com.br/2019/07/brasileiros-buscam-seguros-residenciais/>>. Acesso em 01/04/2020.

BRASILEIRO ESTÁ MAIS PREOCUPADO EM PROTEGER SEUS BEM. Disponível

em:<<http://estudio.folha.uol.com.br/bbseguros/2019/08/1988309-brasileiro-esta-mais-preocupado-em-protoger-seus-bens.shtml>>. Acesso em 01/04/2020.

CALLEGARI, Ricardo. **O sol nasce para todos: a historia da primeira**

Cooperativa Cresol e seus pioneiros. Dois Vizinhos, PR: Grafisul, 2020.

FERREIRA, Jorge H. L. **A diversificação das receitas bancárias: seu impacto sobre o risco e o retorno dos bancos brasileiros**.

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000700003>. Acesso em 25/04/2020.

HISTÓRIA DO SISTEMA CRESOL. Disponível em:

<<https://www.cresol.coop.br/institucional/>>. Acesso em 09/03/2020.

LARSON. Marcos Aurélio Larson. Citação neste Plano de Negócios, da frase: “a

CRESOL mesmo durante os piores momentos está perto de quem mais precisa de proteção.”

LOUREIRO, Rodrigo. Quase 20% dos brasileiros preferem os bancos digitais, mostra pesquisa. **Exame**. 10 de jan. de 2020. Disponível em:

<<https://exame.abril.com.br/tecnologia/quase-20-dos-brasileiros-preferem-os-bancos-digitais-mostra-pesquisa/>>. Acesso em 21/04/2020.

MAMONA, Karla. 10 motivos que os brasileiros consideram ao abrir uma conta digital. **Exame**. 26 de set. de 2019. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/10-motivos-que-os-brasileiros-consideram-ao-abrir-um-conta-digital/>>.

Acesso em 21/04/2020.

NEPOMUCENO, Marcelo Vinha. **Atitudes ante produtos bancários: A visão dos funcionários**. <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000700003>. Acesso em 25/04/2020.

NO BRASIL 82% DOS CLIENTES DE BANCOS PREFEREM TRANSAÇÕES PELA WEB. Disponível em:<<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/06/no-brasil-82-dos-clientes-de-bancos-preferem-transacoes-pela-web.html>>. Acesso em 21/04/2020.

REFLEXOS DA GLOBALIZAÇÃO NO MUNDO. Disponível em:

<<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/reflexos-globalizacao-no-mundo.htm>>. Acesso em 22/05/2020.

YAZBEK, Priscila. 7 dicas para contratar um seguro sem sair de casa. **Exame**. 17 de ago. de 2013. Disponível em: <<https://exame.com/seu-dinheiro/7-dicas-para-contratar-um-seguro-sem-sair-de-casa/>>. Acesso em 11/06/2020.

3 DICAS VALIOSAS PARA QUEM VAI CONTRATAR SEGUROS PELA INTERNET. Disponível em: <<https://conectaja.proteste.org.br/3-dicas-valiosas-para-quem-vai-contratar-seguros-pela-internet/>>. Acesso em 11/06/2020.