

Como as empresas brasileiras conhecem, usam e consultam scores em suas operações?



O uso dos scores para classificação e avaliação de clientes, sejam eles pessoas ou empresas, é uma ferramenta valiosa para a elaboração de políticas de crédito e estratégias de negócios. A solução atribui, usualmente, uma pontuação de 0 a 1.000 que leva em conta variáveis como renda, comportamento e histórico de pagamento de um consumidor ou uma empresa, entre outras. No caso do Serasa Score, essa nota apresenta a probabilidade de um perfil pagar suas contas em um determinado período de tempo.

Em busca de avaliar o grau de conhecimento e a percepção das empresas brasileiras quanto aos scores, a Serasa Experian realizou uma pesquisa com 815 companhias de diferentes

segmentos em todo o país. Os entrevistados são analistas, gerentes, diretores, executivos de C-level ou proprietários.

Deste universo, 173 (21% do total) nunca ouviram falar do score. Este estudo concentra-se nas repostas das 642 empresas que já conheciam ou utilizavam a ferramenta. O período de realização da pesquisa foi de 18 de janeiro a 2 de fevereiro de 2021.

Acompanhe, na sequência, as principais conclusões encontradas e extraia insights valiosos sobre como o uso de scores pode ajudar as empresas a ser mais competitivas, explorar novas oportunidades de negócios, aumentar rentabilização e prevenir riscos.

Fique por dentro:

- Entre as empresas que conhecem o score, 55% utilizam ou já utilizaram o produto.
- Das que já utilizaram em algum momento, 82% continuam a fazê-lo atualmente.
- O Comércio Atacadista e a Indústria são os dois setores que mais utilizam: 89% e 65%, respectivamente.
- Entre as que consultam o score, o recall da marca Serasa Experian chega a 74%.
- 62% fazem essas consultas com soluções da Serasa Experian e apontam a credibilidade da marca como fator decisivo e a confiança como a principal razão para a compra.
- Mais da metade das empresas usa o produto para avaliação de riscos: 52%.
- Entre as empresas que utilizam o serviço, 20% o utilizam como primeiro dado prioritário.
- Apenas 19% usam o score padrão de birôs de crédito. A maioria combina com outras fontes de dados, internas ou externas, para compor suas políticas de concessão ou vendas.
- 94% das empresas que utilizam o score o consideram muito importante ou importante. A satisfação com as informações fornecidas atinge 67% entre esse público.



Como o score é utilizado por essas empresas?

Em relação às consultas, quem faz uso da ferramenta pesquisa informações sobre:



Clientes: 33%

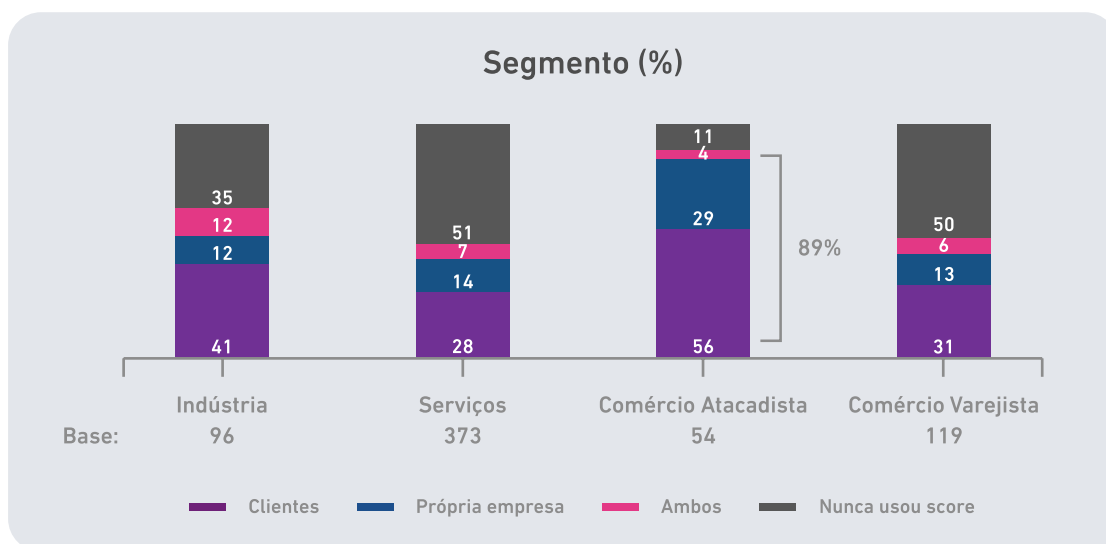


Própria empresa: 15%

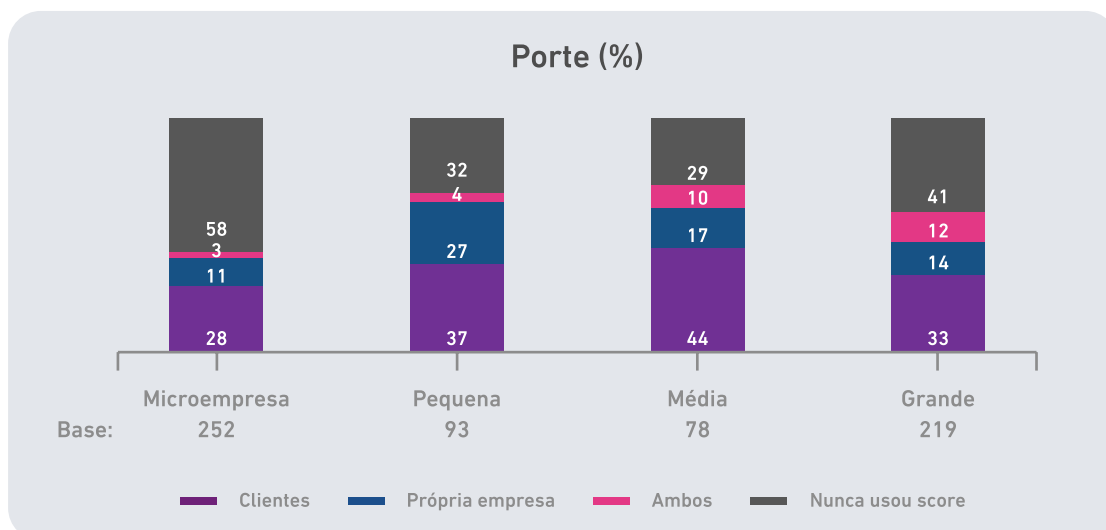


Ambos: 7%

O Comércio Atacadista é quem mais utiliza o score para consultar clientes ou a própria empresa, atingindo 89% na soma dos perfis. Já na Indústria, 41% pesquisam clientes atuais ou em potencial.



Quanto ao porte, as empresas médias são as que mais usam o score para analisar clientes e prospects (44%), enquanto as pequenas se destacam pela autoconsulta.



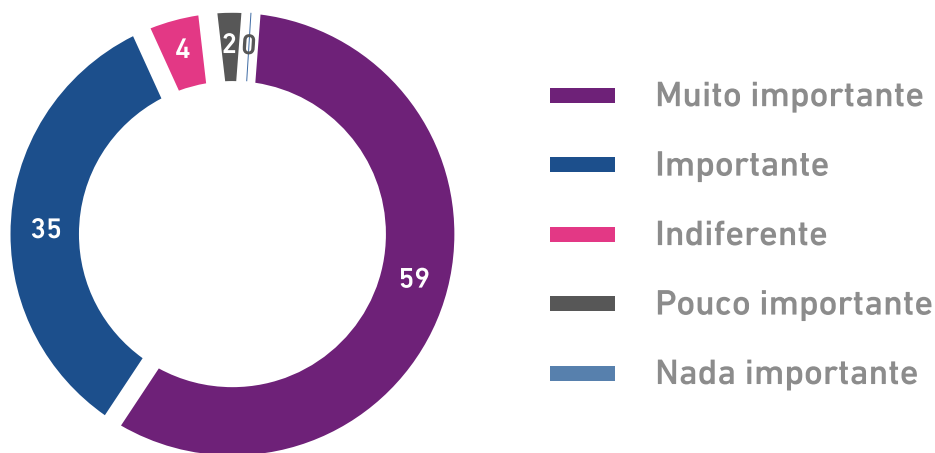
Serasa Score: o mais lembrado!

A Serasa Experian é a principal marca com a qual as empresas consultam ou já consultaram o score com 57% de menções espontâneas. A segunda mais lembrada tem 8% de menções.

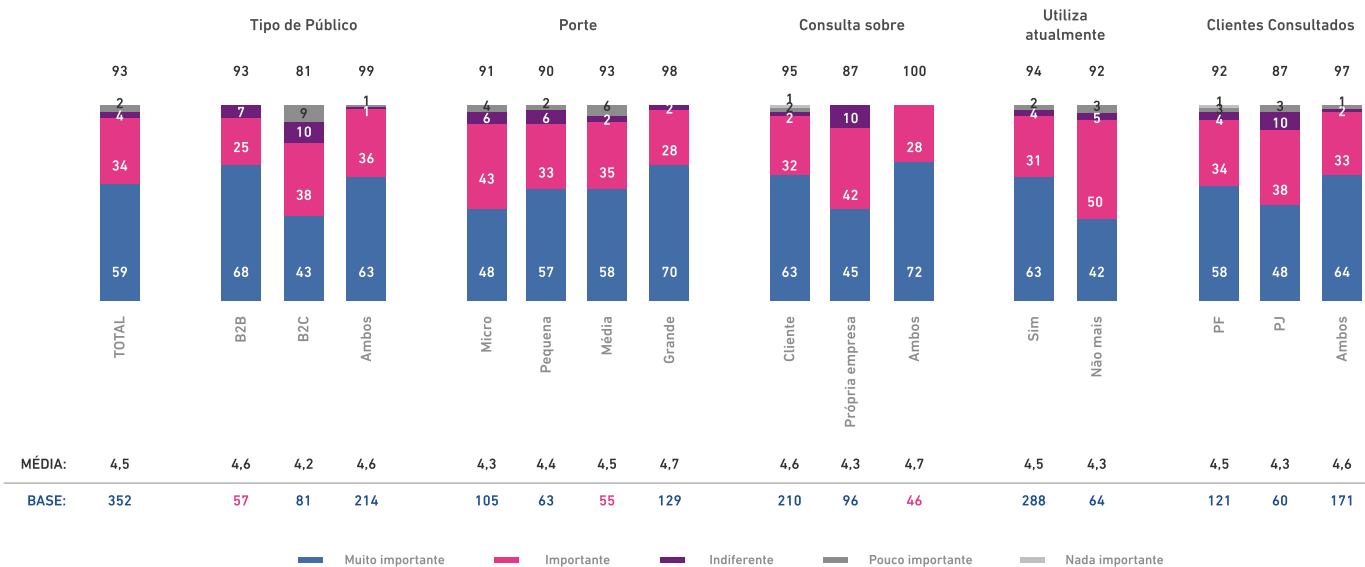
Já ao analisarmos somente o público da pesquisa que faz consultas de score, 74% citam a Serasa Experian como a marca mais lembrada quando pensam sobre o score da própria empresa e de clientes ou potenciais clientes. Entre os 45% que nunca utilizaram o score, a Serasa Experian é a primeira empresa a ser lembrada: 49%.

Por que as empresas consideram o score importante?

Entre as empresas participantes da pesquisa, 93% consideram que o score é um instrumento muito importante ou importante para tomar decisões de negócios.



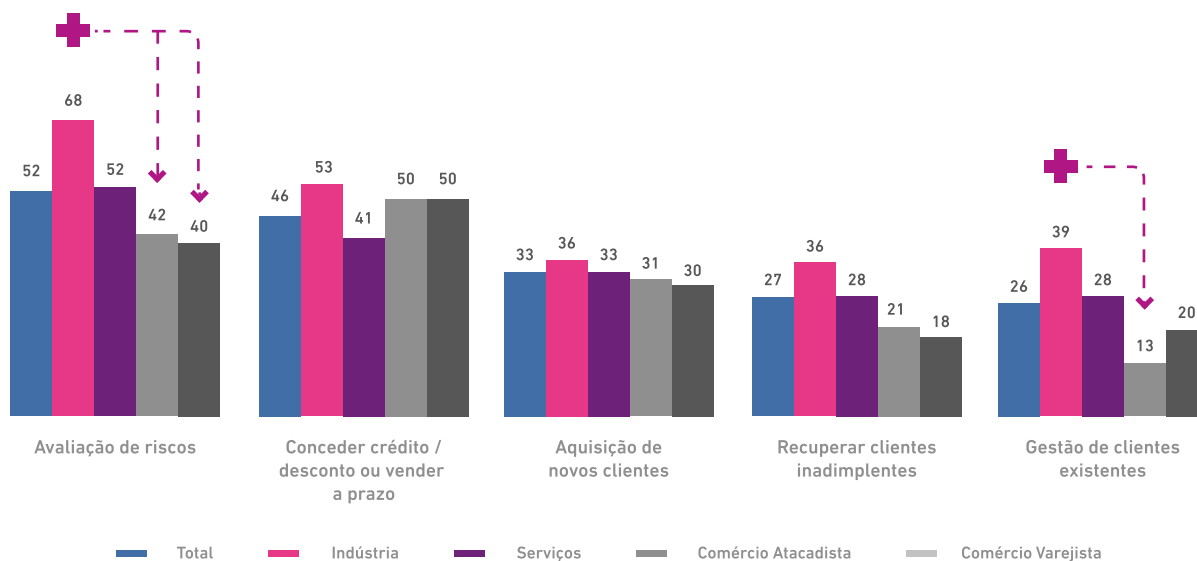
Essa percepção se mantém entre diferentes perfis de empresas, com as B2C apresentando o menor patamar de importância.



Mais da metade (52%) das entrevistadas consulta o score para fazer “avaliação de riscos”. Entre os segmentos que mais utilizam a solução para esse propósito, Indústria, Serviços e Varejo formam o Top 3.

“Concessão de créditos e descontos ou venda a prazo” é o segundo objetivo mais apontado, com a Indústria liderando o pódio, seguida pelo Varejo e Atacado.

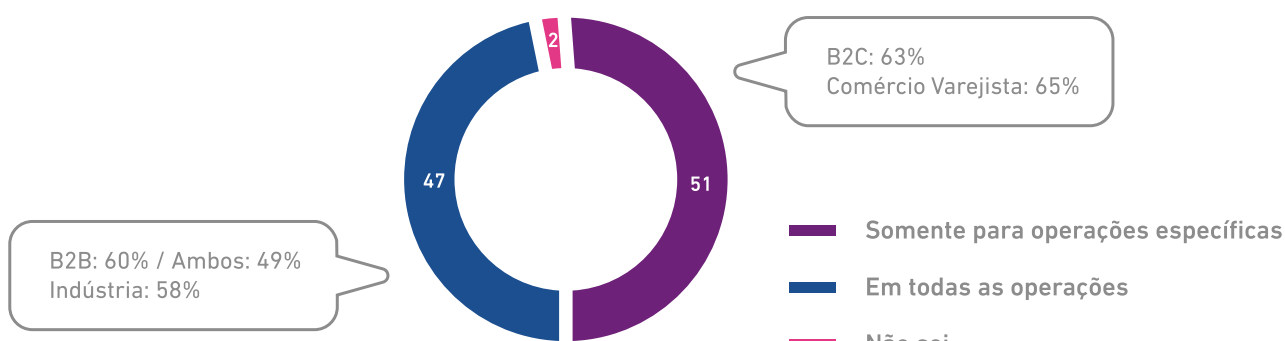
“Aquisição de novos clientes”, “Recuperar clientes inadimplentes” e “Gestão de clientes existentes” complementam a lista dos cinco principais motivos para adoção do score.



Em qual momento o score é consultado?

Por segmento, a Indústria consulta em todas as operações (58%), o Varejo o faz somente para operações específicas (65%).

Das operações executadas na empresa, quando você costuma consultar o score? (%)



Quando detalhamos as operações específicas em que as empresas lançam mão do score, o Varejo aplica a solução para operações com novos clientes (60%). Já o Atacado consulta 76% das vezes para o mesmo tipo de operação. Operações com ticket médio de valor maior do que o usual respondem por 39% das vezes que as empresas o utilizam.

Quais operações específicas? (%)

Somente para operações com novos clientes



60

Comércio
Atacadista: 76%

Somente para operações com ticket médio de maior valor



39

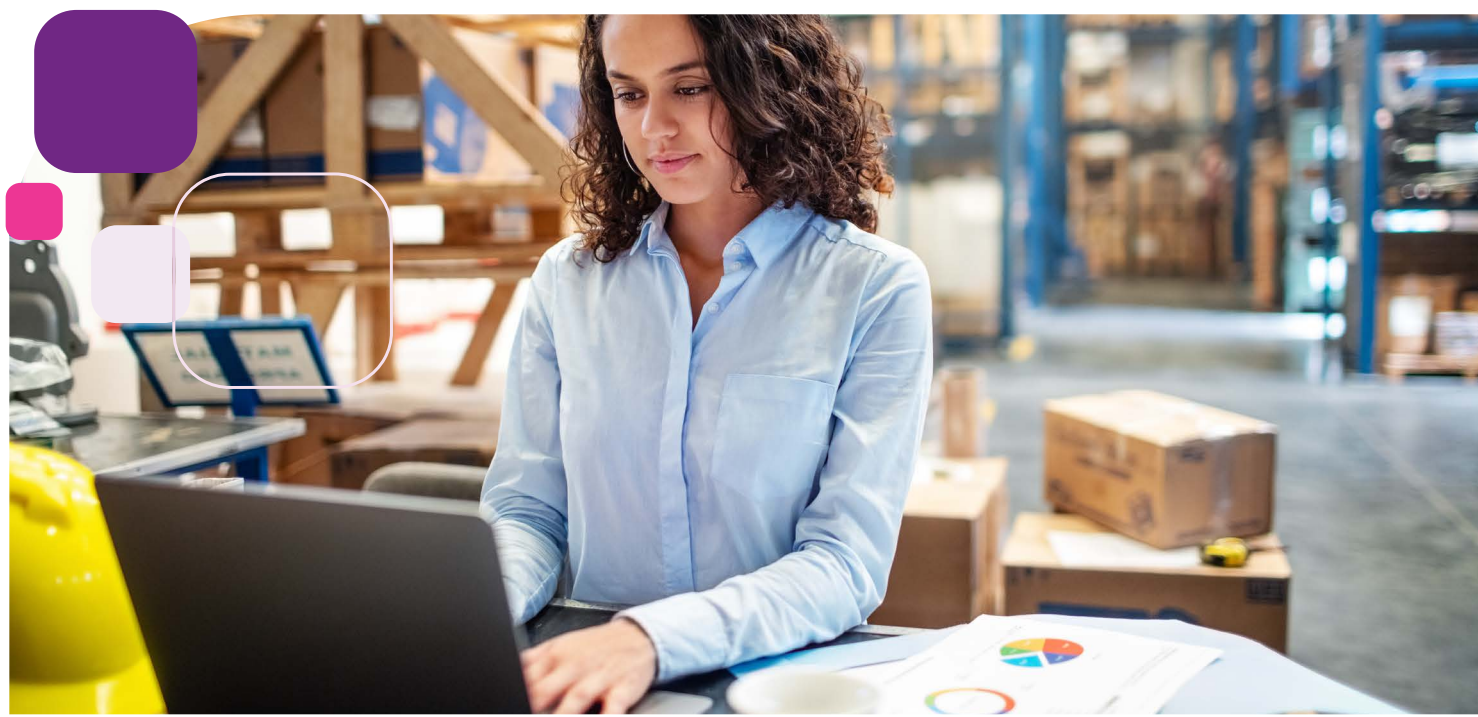
Outros



1

Em relação à importância do score:

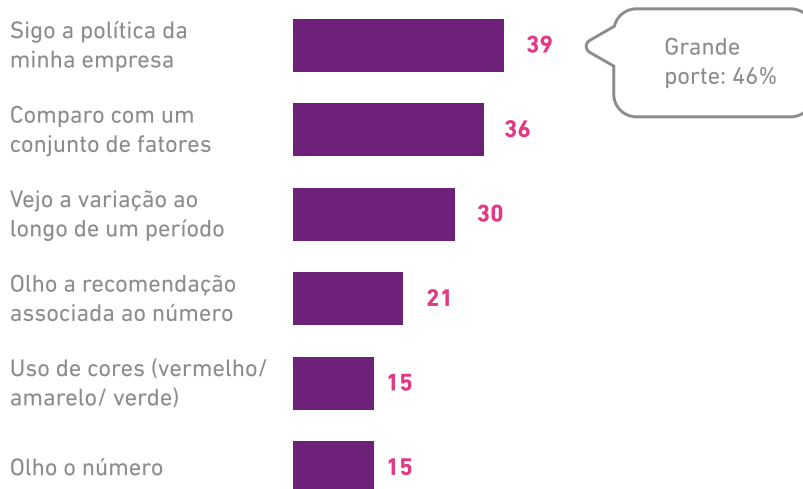
- 49% das respostas consideram que, quanto maior o valor da venda, maior a necessidade de consultar.
- 46% afirmam que a consulta é importante independentemente do valor da venda.
- Apenas 5% acham que não é importante, qualquer que seja o valor da venda.



Como o score é interpretado?

Das empresas de grande porte, quase a metade (46%) segue uma política interna para a interpretação. A razão mais provável é que, por serem mais estruturadas, buscam uma padronização na interpretação por diferentes funcionários.

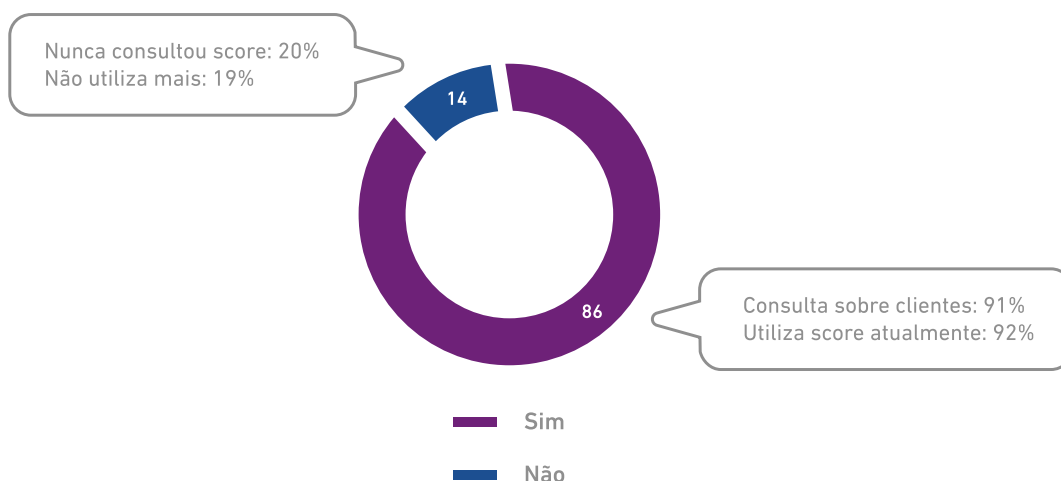
Interpretação do score (%)



A chegada do Cadastro Positivo empodera o score

Com o aporte de dados do Cadastro Positivo, o cálculo do Score evoluiu e passou a incorporar novas informações para atribuir à pontuação.

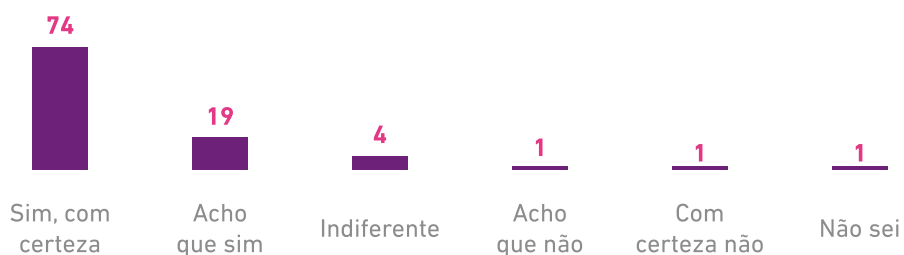
Entre as empresas entrevistadas, o Cadastro Positivo é amplamente conhecido: 86%.





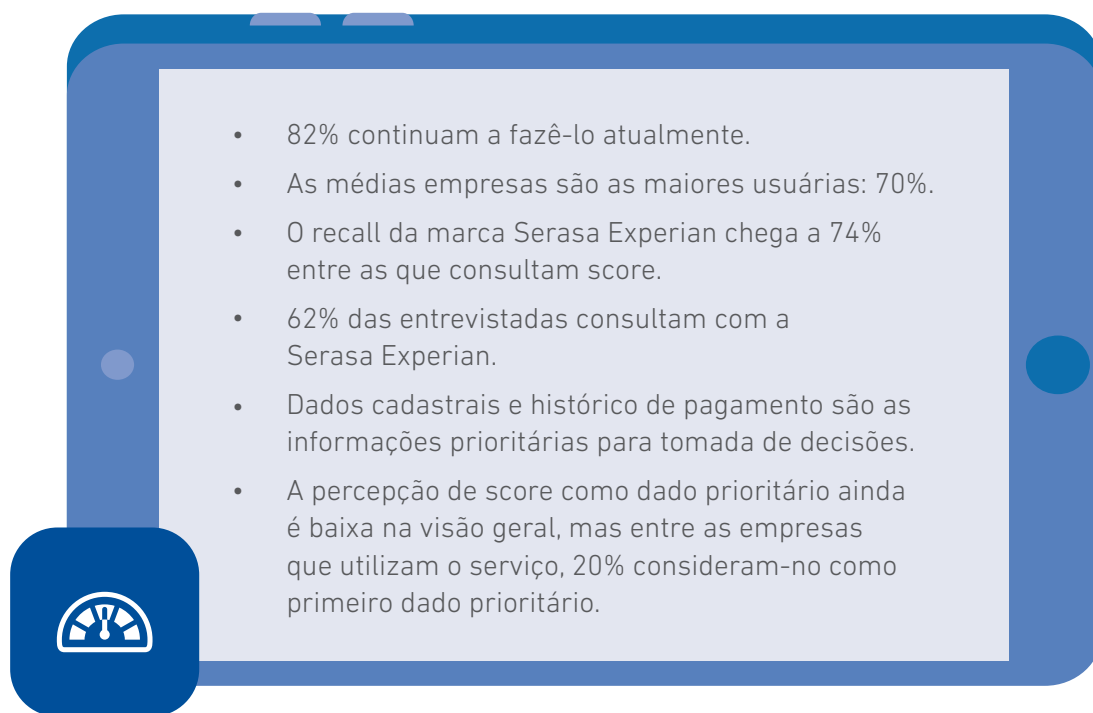
Os dados positivos também são percebidos como tendo grande relação com a possibilidade de influenciar o score: 74% dos representantes de empresas entrevistados acreditam que um bom histórico de pagamentos aumenta a pontuação.

Você acredita que ter um histórico de bons pagamentos no Cadastro Positivo pode ajudar a aumentar o seu score? (%)



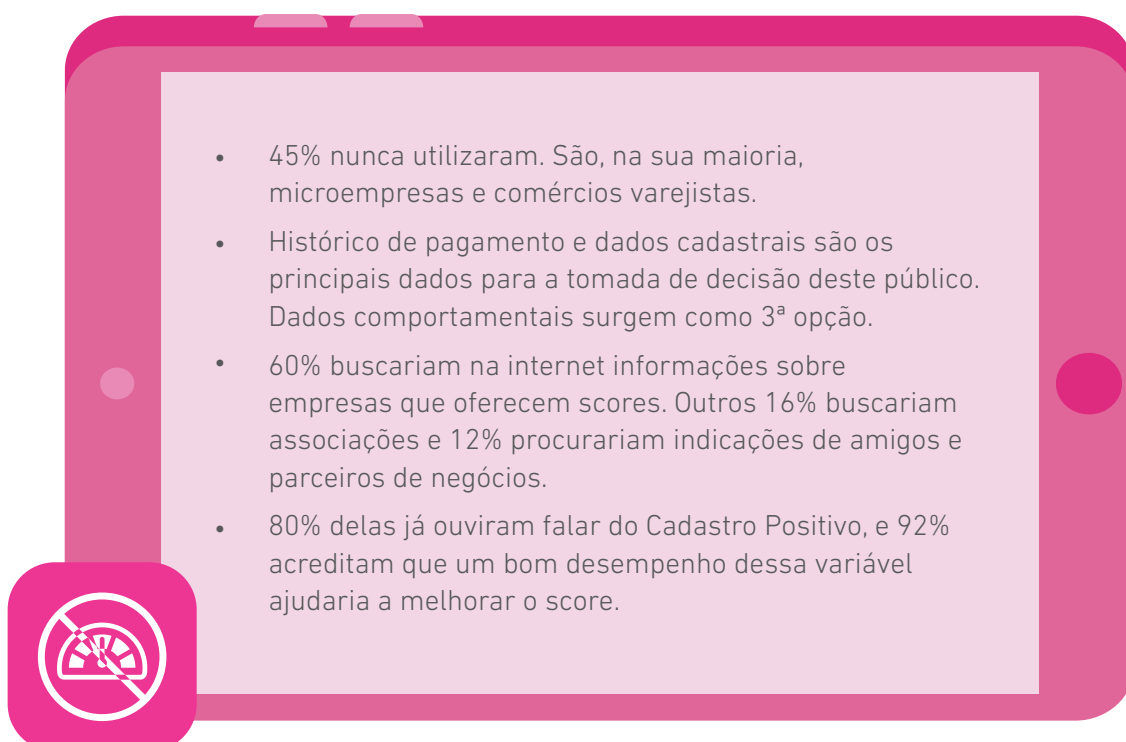
Conclusão

Entre as empresas que utilizam ou já utilizaram score:



- 82% continuam a fazê-lo atualmente.
- As médias empresas são as maiores usuárias: 70%.
- O recall da marca Serasa Experian chega a 74% entre as que consultam score.
- 62% das entrevistadas consultam com a Serasa Experian.
- Dados cadastrais e histórico de pagamento são as informações prioritárias para tomada de decisões.
- A percepção de score como dado prioritário ainda é baixa na visão geral, mas entre as empresas que utilizam o serviço, 20% consideram-no como primeiro dado prioritário.

Entre as que não utilizam:



- 45% nunca utilizaram. São, na sua maioria, microempresas e comércios varejistas.
- Histórico de pagamento e dados cadastrais são os principais dados para a tomada de decisão deste público. Dados comportamentais surgem como 3ª opção.
- 60% buscariam na internet informações sobre empresas que oferecem scores. Outros 16% buscariam associações e 12% procurariam indicações de amigos e parceiros de negócios.
- 80% delas já ouviram falar do Cadastro Positivo, e 92% acreditam que um bom desempenho dessa variável ajudaria a melhorar o score.

Com a palavra, nosso especialista:

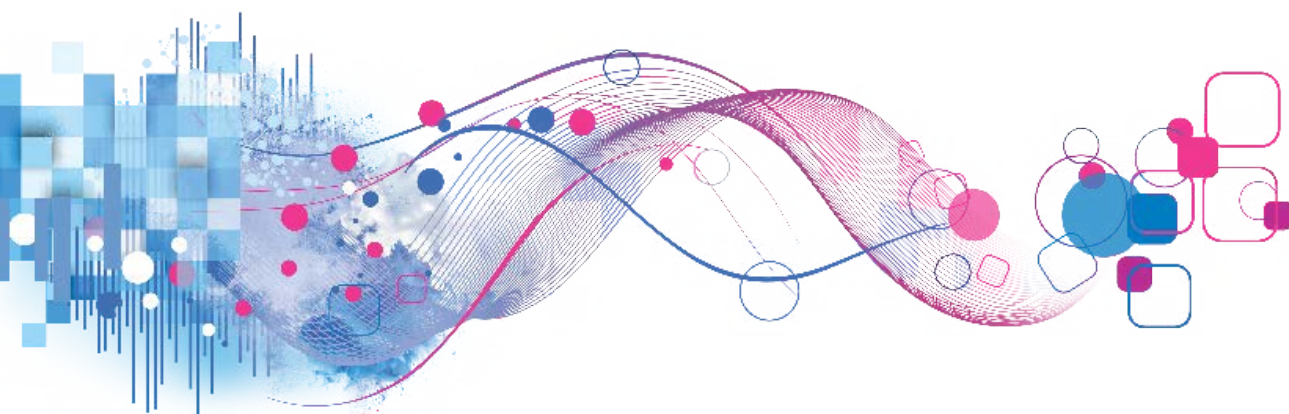


“O Serasa Score vive um processo contínuo de evolução. À medida que as empresas o utilizam, ganham em performance em todas as pontas do negócio, indo muito além da avaliação de risco e refinando todos os processos de gestão. Com isso é possível atingir um ciclo virtuoso: com inadimplência mais baixa é possível fazer mais e melhores negócios, cobrar menos, ampliar a carteira de clientes e incluir mais pessoas na jornada de crédito que passarão a ter maior acesso a bens e oportunidades”.

Júlio Guedes, Diretor de Analytics

Espaço para crescer e evoluir

O mercado de score ainda comporta espaço para crescer: apesar de ter conhecimento da existência, quase a metade das empresas (45%) nunca o utilizou. Com a constante evolução do produto e a chegada de novas fontes de informação como o Cadastro Positivo e o Open Banking, a perspectiva é de que o score se torne cada vez mais estratégico e essencial para a gestão de negócios.



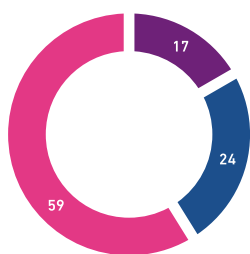
Perfil das empresas entrevistadas

Entre as 642 empresas da amostra, mais da metade tem negócios tanto com outras empresas como com pessoas físicas: 60%.

No recorte por segmento, Serviços é o que concentra mais da metade das entrevistadas: 58%.

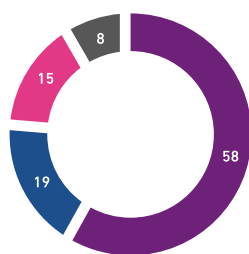
Em relação ao porte, temos 39% de microempresas e 34% de grandes empresas, totalizando 73% da amostra.

Tipo de Público (%)



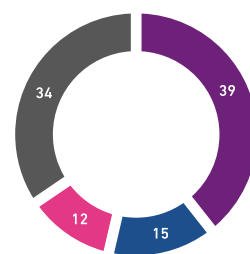
■ B2B ■ B2C ■ Ambos

Segmento (%)



■ Serviços ■ Comércio Varejista
■ Indústria ■ Comércio Atacadista

Porte (%)

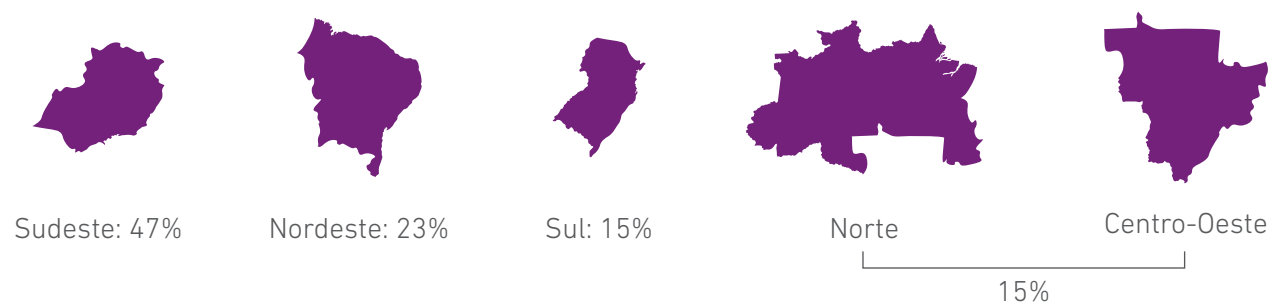


■ Microempresa ■ Pequena
■ Média ■ Grande



Amostra x Região

Por região, as empresas entrevistadas se dividem da seguinte maneira:



As capitais concentram 49% da amostra, seguidas por 31% de empresas no interior e 20% em regiões metropolitanas.

Amostra x Segmento

Tecnologia, Alimentos e Saúde, Hospitalar e Bem-Estar ocupam os três primeiros lugares em segmentos representados no universo da pesquisa:



Tecnologia: 16%



Alimentos: 12%



Saúde, Hospitalar e Bem-Estar: 9%



Serasa Experian

A Serasa Experian é líder na América Latina em serviços de informações para apoio na tomada de decisões das empresas. No Brasil, é sinônimo de solução para todas as etapas do ciclo de negócios, desde a prospecção até a cobrança, oferecendo às organizações as melhores ferramentas. Com profundo conhecimento do mercado brasileiro, conjuga a força e a tradição do nome Serasa com a liderança mundial da Experian. Criada em 1968, uniu-se à Experian Company em 2007. Responde on-line/real-time a 6 milhões de consultas por dia, auxiliando 500 mil clientes diretos e indiretos a tomar a melhor decisão em qualquer etapa de negócio.

Constantemente orientada para soluções inovadoras, a Serasa Experian vem contribuindo para a transformação do mercado de soluções de informação, com a incorporação contínua dos mais avançados recursos de inteligência e tecnologia.

Saiba mais em: www.serasaexperian.com.br

Experian

A Experian é líder mundial em serviços de informação. Nos grandes momentos da vida - desde comprar um carro, passando por mandar seu filho para a faculdade, até a crescer o negócio se conectando com novos clientes - nós empoderamos consumidores e empresas a gerenciarem seus dados com confiança. Nós ajudamos as pessoas a tomarem o controle de suas vidas e acessarem serviços financeiros, os negócios a tomarem decisões mais inteligentes e prosperarem, os credores a emprestarem de forma mais responsável e as organizações a prevenirem fraude de identidade e crime.

Empregamos cerca de 17.500 pessoas em 44 países e a cada dia estamos investindo em novas tecnologias, profissionais talentosos e inovação para ajudar todos os clientes a maximizarem cada oportunidade. A Experian plc está listada na Bolsa de Valores de Londres (EXPN) e compõe o índice FTSE 100.

Saiba mais em www.experianplc.com ou visite o nosso hub de conteúdo global para as últimas notícias sobre a empresa.