



# TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO BRASIL: O QUE SEUS CLIENTES ESPERAM?

DocuSign®

Durante as últimas semanas, quantas vezes você adquiriu um produto pela internet, realizou uma transferência bancária pelo aplicativo do seu banco ou utilizou a ferramenta de geolocalização do seu smartphone para chegar a um endereço desconhecido?

Certamente, sua resposta deve ter contemplado números relevantes em pelo menos um dos casos acima. E essa é uma das evidências de que hoje em dia a tecnologia é uma ferramenta indispensável e intrinsecamente presente em nossa vida.

Apesar das atividades descritas acima parecerem simples, elas só se tornaram possíveis nas últimas décadas, graças à transformação digital que vem promovendo, cada vez mais, mudanças significativas nas relações sociais e nas formas de se comprar produtos, assinar serviços e consumir informações.

Mesmo com esse avanço, não é difícil acreditar que sua resposta também seria afirmativa se te perguntássemos, por exemplo, se você, nas últimas semanas, precisou assinar algum documento no trabalho ou ligar para um consultório médico para agendar uma consulta. Essas situações acontecem até hoje porque muitas empresas ainda resistem em modernizar seus processos ou têm dificuldades de enfrentar os desafios inerentes à inovação.

Buscando identificar a postura e as expectativas dos consumidores em relação à modernização de transações, como a adoção da assinatura

eletrônica, e, ao mesmo tempo, descobrir como as empresas têm lidado com esse processo, a DocuSign decidiu pesquisar o contexto atual da transformação digital no Brasil, entrevistando mais de mil profissionais, entre colaboradores e executivos de empresas brasileiras.

Os resultados nos ajudam a entender as maiores demandas dos consumidores em relação à modernização dos serviços e o posicionamento das empresas frente a um cenário consistente e favorável, mas bastante desafiador.

## **Negócio digital: desejo dos clientes e dever das empresas**

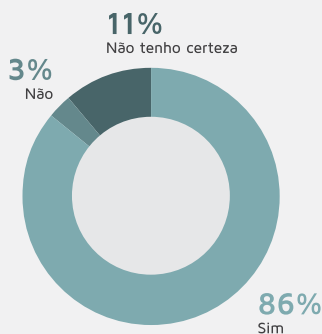
Oferecer meios digitais para se relacionar com os clientes ou proporcionar, por meio da tecnologia, novas formas de consumo não é mais um diferencial das empresas como era considerado há alguns anos.

### **A esmagadora maioria dos profissionais entrevistados (97%) disseram esperar que as empresas com as quais lidam ofereçam métodos digitais para a assinatura de contratos e aquisição de produtos.**

Isso comprova que a inovação é, indiscutivelmente, uma grande demanda dos clientes e, portanto, se adequar a essa realidade é a única alternativa para as empresas que pretendem se manter atuantes e competitivas no mercado.

A adesão à inovação, inclusive, é um dos critérios considerados pelo consumidor na hora de escolher com qual organização ele fará negócio, como demonstra o fato de **83% dos participantes preferirem empresas que permitam transações digitais**.

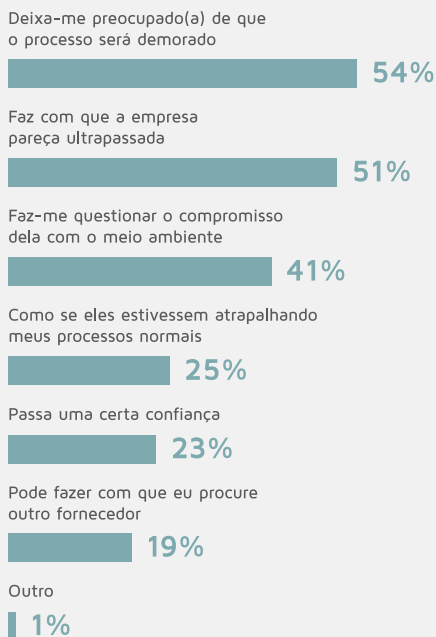
A preferência é reforçada com o ponto de vista de 86% dos entrevistados, que disseram acreditar que a disponibilização de meios digitais para realizar transações ou assinar contratos faz com que uma empresa ofereça uma melhor experiência aos consumidores. Ou seja, se não quiserem ver seus clientes migrarem para a concorrência (um caminho fácil e, geralmente, sem volta), as empresas precisam abraçar a tecnologia e seguir rumo à transformação digital.




**86% DOS ENTREVISTADOS ACREDITAM QUE EMPRESAS QUE DISPONIBILIZAM MEIOS DIGITAIS PARA REALIZAR TRANSAÇÕES OU ASSINAR CONTRATOS OFERECEM MELHOR EXPERIÊNCIA A SEUS CLIENTES**


## Credibilidade e reputação da empresa também estão em jogo


Mas, se você acha que perder a clientela é o pior que pode acontecer a uma empresa que resiste em digitalizar seus processos, tenha certeza que os prejuízos podem ser muito maiores do que isso. Mais da metade (54%) dos consumidores afirmaram que a necessidade de preencher vários formulários impressos para fechar um negócio — situação comum no Brasil, como bem sabemos — causa preocupação em relação à demora do processo e faz com que a empresa em questão pareça ultrapassada. Ou seja, o interesse da companhia — ou a falta dele — em inovação também pode interferir na imagem e na reputação da instituição.




E não para por aí. A credibilidade das empresas também é colocada à prova, na medida em que consumidores passam a questionar a segurança de processos que ainda não foram digitalizados. Como nos mostra a pesquisa, o compartilhamento ou a perda de dados e documentos importantes causa preocupação aos clientes em relação às transações realizadas via papel. **Consumidores acham mais seguro enviar documentos importantes por meio de uma plataforma de assinatura digital do que por uma correspondência postal, como afirmam 60% dos profissionais.**


Perda de dados sensíveis  
 **34%**


Perda futura de documentos importantes  
 **31%**


Compartilhamento de dados sensíveis  
 **25%**

Falta de backup/cópia digital  
 **24%**

Atrasos na obtenção do resultado desejado  
 **22%**

Impacto ambiental no desperdício de tanto papel  
 **20%**

Sem confirmação de que os documentos foram seguramente recebidos  
 **16%**

Perda de tempo preenchendo formulários incorretamente  
 **14%**

## PERDA DE DADOS SENSÍVEIS (34%) É UMA DAS PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES DOS CLIENTES AO CONCLUIR TRANSAÇÕES IMPORTANTES EM PAPEL

Vale ressaltar que o sentimento de insegurança tem fundamento, já que **84% dos participantes da pesquisa tiveram, no último ano, problemas ao completar uma transação por processos impressos.** Por conta desse histórico negativo, o caminho entre uma organização ser inofensivamente desatualizada e se tornar uma empresa na qual os clientes não confiam pode ser bem mais curto do que você imagina. A situação fica ainda mais crítica se pensarmos que, assim como em um casamento, a falta de confiança elimina qualquer possibilidade de sucesso do relacionamento entre a empresa e seu cliente.

Agora, você deve estar se perguntando: afinal, o que as empresas estão fazendo para modernizar seus processos e assegurar boa reputação e credibilidade junto a seus clientes?

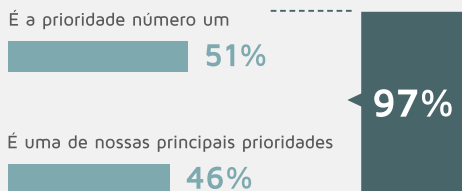
## Como as empresas estão lidando com a demanda pelo digital

Apesar da transformação digital, como já sabemos, ainda não ser realidade para todas as empresas brasileiras, o cenário é bastante animador. Como nos mostra a pesquisa realizada pela DocuSign, **o tema está na agenda dos executivos, sendo prioridade para o negócio de 97% dos gestores e conduzido diretamente pela alta cúpula das companhias em 55% das empresas.**

Esses dados comprovam o interesse das organizações em usar a tecnologia a favor da melhoria dos resultados da empresa e da otimização da experiência de seus clientes.

**A melhoria do relacionamento e a satisfação do cliente é, inclusive, uma das maiores prioridades das empresas, como apontam 60% dos executivos entrevistados.**

O primeiro passo está dado: as organizações estão cientes da grande demanda do público consumidor pela modernização dos processos e, ao mesmo tempo, dispostas a encontrar meios de atendê-la.



Reconhecemos a importância, mas ela não é uma prioridade importante

**2%**

A transformação digital não está na agenda

**1%**

**TRANSFORMAÇÃO DIGITAL  
É PRIORIDADE PARA 97%  
DOS EXECUTIVOS**

## Trabalho em equipe

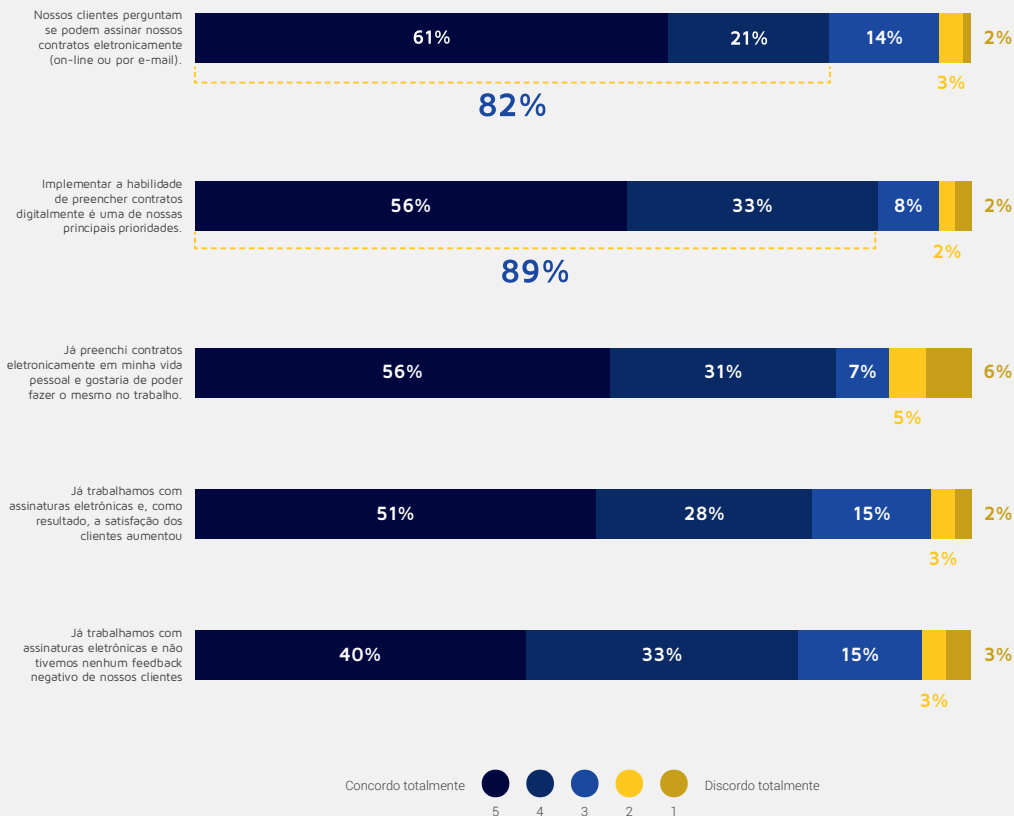
Antes de mais nada, é preciso entender que a transformação digital nas empresas vai muito além de estar presente nas principais redes sociais, criar canais de relacionamento online com o cliente e investir em softwares de automação. O processo, na verdade, passa por toda a empresa e trata-se, acima de tudo, de uma mudança da cultura da organização.

Se 67% dos tomadores de decisão afirmam que os departamentos pelos quais são responsáveis têm total autonomia para executar projetos digitais e 58% indicam que seus setores já promoveram ações nesse sentido até sem consultar o departamento de TI — principalmente obtendo soluções permanentes, como um sistema CRM —, é certo afirmar que **equipes de diversas áreas das empresas, e não só daqueles ligados à tecnologia, estão (ou podem estar) engajadas na digitalização de seus processos.**

Essa descentralização das ações comprova o caráter horizontal da transformação digital e demonstra que, para ser efetiva, a mudança deve ser discutida estrategicamente dentro das empresas, a partir de um envolvimento entre todos os setores.

Vale ressaltar que a proatividade de departamentos como Recursos Humanos, Vendas e Financeiro em relação à modernização da prestação de serviços é, provavelmente, fruto de reivindicações dos próprios clientes, que, como afirmam 82% dos gestores, demandam o uso de assinaturas eletrônicas.

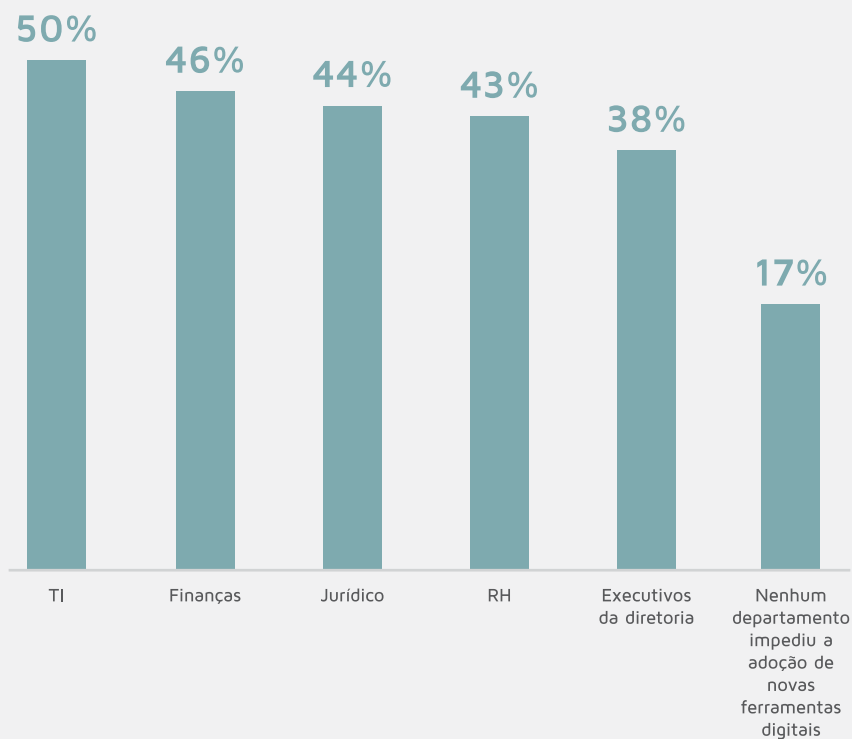
Esse público certamente está em busca das vantagens proporcionadas pela transformação digital, como o aumento da velocidade e da segurança das transações — **benefícios que são, inclusive, os impulsionadores da digitalização de processos para mais de 50% dos executivos entrevistados.**



82% DOS EXECUTIVOS AFIRMAM QUE SEUS CLIENTES DEMANDAM O USO DE ASSINATURAS ELETRÔNICAS, ENQUANTO 89% CONCORDAM QUE CONCLUIR ACORDOS DIGITALMENTE É UMA DAS PRINCIPAIS PRIORIDADES DA EMPRESA EM QUE ATUAM

O tratamento dado ao tema, inclusive, deve ser ainda mais minucioso devido ao fato de que, para a transformação digital se concretizar efetivamente, esta passa por um caminho bastante desafiador: dezenas de executivos entrevistados apontaram o conservadorismo de alguns departamentos vitais das instituições em relação à adoção de ferramentas digitais, como TI (indicado por 50% dos gestores), Financeiro (46%) e Jurídico (43%).

Os dados reforçam nossa certeza de que, para que as mudanças transformem, de fato, a realidade da empresa, todos os departamentos devem estar cientes dos benefícios assegurados pela adoção de ferramentas digitais — afinal, essa é a melhor maneira de engajá-los no processo. Ou seja, para que a transformação digital alcance todo seu potencial dentro de uma instituição, trabalho em equipe é, mais do que nunca, fundamental.



DEPARTAMENTOS VITAIS, COMO TI (50%) E FINANCEIRO (46%), TENDEM A RETER OS PLANOS DA EMPRESA PARA A ADOÇÃO DE NOVAS FERRAMENTAS DIGITAIS

## O papel da assinatura eletrônica na digitalização de transações comerciais

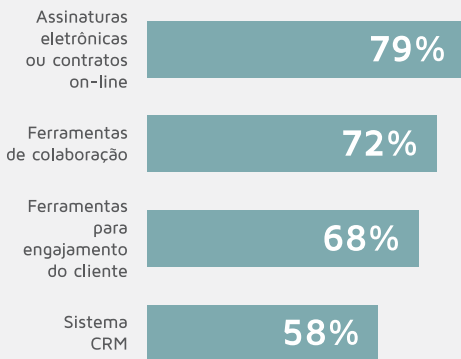
Com as particularidades do mundo moderno em que vivemos e os aspectos, analisados até aqui, relacionados à aplicação da tecnologia nos negócios, podemos afirmar que a otimização do serviço prestado pelas empresas e o crescimento do índice de satisfação dos clientes estão, inevitavelmente, condicionadas a dois importantes fatores: aumento da velocidade dos processos e melhoria da segurança das transações. Esses, portanto, devem ser permanentemente os principais alvos perseguidos por uma empresa que deseja manter — ou atingir — bons resultados e ganhar da concorrência na disputa pela preferência dos consumidores.

É sob essa perspectiva que se reforça um dos principais instrumentos da transformação digital nas empresas: a assinatura eletrônica. Entre as ferramentas consideradas parte de um processo de modernização da relação entre uma empresa e seus clientes, assinaturas eletrônicas ou contratos assinados online são recomendados por 79% dos executivos consultados para a pesquisa, dado que demonstra a consciência das organizações brasileiras sobre a importância desse instrumento.

Segurança, eficiência, agilidade e redução de custos são apenas alguns dos benefícios proporcionados pelo uso da assinatura eletrônica, que oferece, além disso, a possibilidade de acessar importantes documentos de qualquer lugar do mundo, por meio de tablets, smartphones ou computadores. O cenário é ainda mais animador se pensarmos que a validade jurídica, quesito muito questionado

quando o assunto é a digitalização de assinaturas, parece ser um desafio superado, já que **75% dos profissionais entrevistados disseram concordar que documentos assinados em papel e documentos com assinaturas eletrônicas são igualmente aceitáveis juridicamente.**

Para reforçar ainda mais a relevância dessa ferramenta, vale ressaltar que nem só de tecnologia é feita uma assinatura eletrônica, que também incorpora um dos conceitos mais debatidos e valorizados na atualidade: a sustentabilidade. A possibilidade de assinar documentos eletronicamente altera a maneira com que as organizações lidam com o uso do papel e as ajudam a cooperar para a redução dos índices de utilização desse material, que é, de acordo com mais de 90% dos participantes da pesquisa, responsabilidade das empresas com o meio ambiente.



ASSINATURAS ELETRÔNICAS OU CONTRATOS ASSINADOS ONLINE SÃO RECOMENDADOS POR 79% DOS EXECUTIVOS

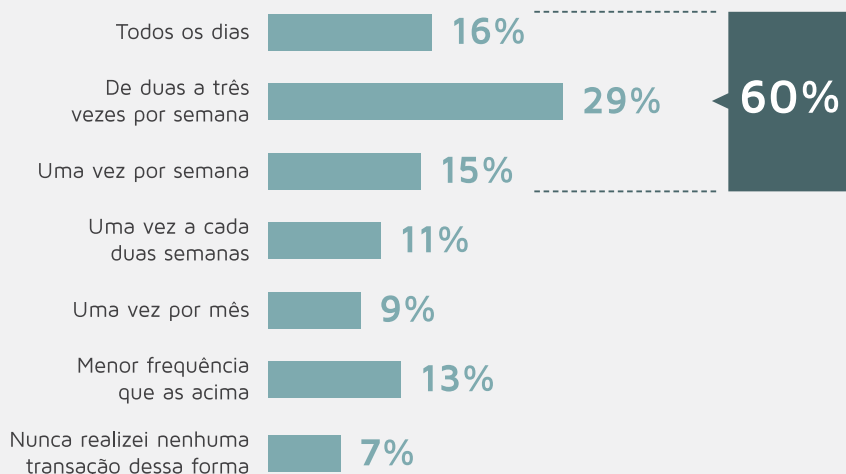


## Transformação digital: realidade que precisa avançar

Um dos dados da pesquisa mostrou unanimidade em um ponto crucial para entendermos o status da transformação digital no Brasil: todos os executivos consultados acreditam que as empresas em que atuam poderiam fazer mais do que já fazem em termos de digitalização dos processos comerciais, seja em relação à economia de tempo, atração de clientes ou outros fatores. Isso significa que, apesar de se considerarem preparadas para as mudanças — como apontam mais de 90% dos entrevistados na pesquisa —, as organizações brasileiras ainda não empenham todos os esforços possíveis na inovação que precisam.

De toda maneira, é bastante animador perceber que não só os clientes clamam pela modernização da prestação de serviços no Brasil, mas também os próprios colaboradores das empresas usufruem de benefícios oferecidos pela transformação digital em sua vida pessoal — **60% dos profissionais entrevistados apontaram que, pelo menos uma vez por semana, assinam contratos digitalmente enquanto se deslocam para o trabalho.**

E como o que é bom costuma ser compartilhado, prova de que as vantagens são muitas é o fato de 91% dos executivos consultados já terem encorajado outros departamentos das companhias em que atuam a iniciar novos projetos digitais.



60% DOS PROFISSIONAIS APONTARAM QUE, PELO MENOS UMA VEZ POR SEMANA, ASSINAM CONTRATOS DIGITALMENTE ENQUANTO SE DESLOCAM PARA O TRABALHO

## Modernização dos negócios ao alcance de todos

A transformação digital ainda não atingiu todo seu potencial no Brasil, mas as mudanças decorrentes desse processo já causam grandes impactos nas relações sociais e comerciais. Digitalizar suas transações e modernizar seu jeito de fazer negócio deixou de ser uma alternativa para as empresas e passou a ser um requisito básico de sobrevivência. Felizmente, a decisão está nas mãos das instituições, mas há um detalhe que não pode ser esquecido: se uma atitude não for tomada agora, amanhã pode ser tarde demais.

Se você quiser falar com um dos membros do time da DocuSign para descobrir como acelerar a transformação digital dentro da sua organização, basta entrar em contato pelo telefone +55 11 3330-1000, visitar [www.docusign.com.br](http://www.docusign.com.br) ou enviar um e-mail para [contato@docusign.com](mailto:contato@docusign.com). Nossa experiência bem-sucedida com 300 mil companhias e 200 milhões de usuários pode ajudar você e sua empresa a alcançarem o objetivo almejado!

### Metodologia

Essa pesquisa foi realizada em junho de 2017 no Brasil e contou com a participação de 1.008 profissionais/colaboradores/consumidores e 251 executivos/tomadores de decisão, que atuam em cinco dos principais departamentos das organizações — Jurídico, Financeiro, TI, Vendas e Recursos Humanos.

Os profissionais responderam, de forma virtual, a questionários sobre o dia a dia da companhia em que atuam, nos ajudando a construir um diagnóstico fidedigno sobre a realidade da transformação digital no mercado empresarial brasileiro.

A **DocuSign**® está mudando a forma de fazer negócios, permitindo que mais de 300 mil empresas e 200 milhões de usuários em 188 países enviem, assinem e gerenciem documentos de forma totalmente digital – a qualquer hora, de qualquer lugar e em qualquer dispositivo, com confiança e segurança. A **DocuSign** permite que a vida e os negócios estejam sempre em constante evolução.

Para mais informações, visite [www.docusign.com.br](http://www.docusign.com.br), ligue para +55 11 3330-1000, ou envie um e-mail para [contato@docusign.com](mailto:contato@docusign.com).

Copyright 2003–2017. **DocuSign**, Inc. é proprietária da marca DOCUSIGN® e todas as demais marcas ([www.docusign.com/PP](http://www.docusign.com/PP)). Todas as outras marcas comerciais e marcas registradas são de propriedade de seus respectivos proprietários.

**DocuSign**®

