Nos últimos anos, temos assistido a uma mudança profunda na forma como organizações se relacionam com seus públicos. Produtos e serviços são cada vez mais comparáveis. Nesse cenário, a verdadeira diferenciação nasce da experiência que entregamos.

Aqui na Valia, essa percepção da experiência como diferencial competitivo deixou de ser apenas discurso para se tornar prática. O avanço das nossas iniciativas de Experiência do Cliente e a evolução contínua do índice Net Promoter Score (NPS) demonstram que nossa estratégia está no caminho certo – mas também reforçam o tamanho do desafio para chegarmos à tão almejada Zona de Excelência.

Desde 2020, quando adotamos essa metodologia, internacionalmente reconhecida para medir satisfação, lealdade e potencial de recomendação, passamos a acompanhar a experiência do cliente em tempo real, em diferentes pontos de contato. Ao mesmo tempo, temos realizado inúmeras ações efetivas para a melhoria da experiência dos clientes.

Essa mudança trouxe mais profundidade à nossa escuta e permitiu agir com precisão nas “dores” dos participantes e patrocinadores. Os resultados comprovam a força desse trabalho.

Em 2025, por exemplo, alcançamos 74,9 pontos, o melhor desempenho de NPS desde o início da medição, mantendo a fundação na Zona de Qualidade. Nos anos anteriores, também apresentamos evolução contínua: 67 pontos em 2023 e 70 em 2024.

Esse crescimento consistente não acontece por acaso. Ele é resultado direto do esforço coletivo, da atuação de grupos multidisciplinares e da cultura, cada vez mais forte, de colocar o cliente no centro. Iniciativas como o tratamento dedicado a detratores, a análise qualificada de promotores, a automação de pesquisas e a ampliação dos canais avaliados demonstram maturidade em nossa abordagem de CX (Customer Experience, em português, Experiência do Cliente).

Não enxergamos o NPS apenas como uma métrica, mas como uma ferramenta de gestão capaz de transformar processos, relações e resultados. Ainda assim, é preciso reconhecer que manter-se na Zona de Qualidade não deve ser o ponto final da nossa jornada.

A referência metodológica aponta que o patamar de excelência, geralmente acima de 75 pontos, exige consistência, precisão operacional, linguagem clara, jornadas simples, canais integrados e, sobretudo, coerência entre o que prometemos e o que entregamos. E esse desafio é parte integrante do nosso planejamento estratégico e metas corporativas de toda a entidade.

Vale destacar, ainda, o alto desempenho quando avaliamos a satisfação e recomendação dos parceiros de RH das empresas patrocinadoras, que atingiu o resultado de 84 pontos no primeiro ano em que a pesquisa foi adotada para este público.

Mais do que números, o NPS traduz a qualidade da relação que construímos com nossos públicos. Ser promotor não é apenas recomendar; é confiar profundamente na experiência vivida, o que é de extrema relevância quando tratamos de um produto de longo prazo, como a previdência complementar.

É por isso que perseguir a Zona de Excelência tem um significado tão relevante: não se trata apenas de superar um marco, mas de consolidar uma cultura organizacional capaz de encantar, surpreender, gerar valor real, além de fidelizar e promover ainda mais negócios com base em uma relação estreita de parceria, cuidado e confiança na entidade.

É preciso que nosso setor avance neste aspecto com intencionalidade, transformando insights em melhorias concretas, para que estejamos não apenas próximos do patamar de excelência, mas que

entreguemos, de modo perene, real valor aos nossos participantes, com foco na construção de futuros melhores.

***Cristina Serra é Gerente de Relacionamento com Participantes da Valia**

Fonte: Abrapp em Foco, em 30.03.2026.