A evolução dos indicadores de avaliação do atendimento da Petros foi apresentada na palestra técnica realizada por Marco Aurélio Viana, Diretor de Seguridade da Petros, no primeiro dia do 47º Congresso Brasileiro de Previdência Privada (CBPP). O evento acontece de 21 a 23 de outubro no Transamerica ExpoCenter, em São Paulo, com a participação presencial e virtual de quase 5 mil pessoas.

O dirigente da Petros celebrou o significativo aumento das notas dos indicadores, mas alertou que esse avanço só faz sentido quando se transforma em melhorias efetivas no atendimento e que, definitivamente, resultam na melhoria da vida do participante. Com o título “Medir para evoluir: como os indicadores da Petros orientam uma gestão centrada no participante”, a apresentação mostrou a evolução da Petros no indicador NPS de atendimento e na Pesquisa de Satisfação anual da entidade.

O NPS partiu de 44 em 2021 para alcançar 68,7 em 2025. Entre 2021 e 2025, a evolução foi consistente, com avanços durante todos os anos. O índice de 2026 atingiu 72,9 de janeiro a agosto. Foram enviadas 56 mil pesquisas de participantes que procuraram atendimento da Petros, com cerca de 15% de retorno. As respostas apontaram que as principais fricções ou temas de preocupação são os seguintes: benefícios com 20%, empréstimos com 19% e Imposto de Renda com 13%.

Apesar do aumento expressivo na avaliação, Viana destacou que a boa avaliação é válida quando as dores do participante são tomadas como subsídio para melhorias para o atendimento da entidade. “O indicador só cumpre seu papel quando se transforma em melhoria no atendimento e, consequentemente, na vida do participante”, disse.

Escutar e encaminhar – A pesquisa de satisfação anual da Petros também registrou aumento da nova, que subiu de 72 em 2023 para 80,6 em 2025 – o maior nível desde o início da série histórica. No ano passado foram realizadas 3 mil entrevistas com nível de confiança de 95% nos resultados.

“A pesquisa serve para escutar e identificar os temas recorrentes, daí temos de buscar entender a necessidade real do participante”, comentou o Diretor da Petros. Ele esclareceu que é preciso cruzar os resultados para depois definir a necessidade do participante que muitas vezes não está muito clara na resposta. Após identificar a demanda do participante, é necessário encaminhar para a área responsável para que se transforme em uma mudança ou um novo programa.

Aposentadoria assistida – Marco Viana apresentou um caso prático de um novo programa que foi implantado a partir do processo de escuta dos participantes. Foi identificado que 63% dos participantes demandavam apoio no momento da aposentadoria. Com esse dado e a análise da equipe da entidade, foi criado e implantado um novo serviço de aposentadoria assistida. Trata-se de um atendimento mais exclusivo presencial ou telefônico realizado com especialista para acompanhar o participante no momento da aposentadoria.

“É um momento crucial para a vida do participante e percebemos a necessidade de oferecer um acompanhamento exclusivo”, comentou o Diretor. Ele considera esse exemplo como uma mudança real da entidade ao considerar uma nova cultura centrada no participante, quando a escuta se transforma em um processo de melhoria contínua.

O dirigente da Petros finalizou a apresentação com a percepção de que houve grande evolução no atendimento, mas que ainda há desafios a melhorar. “Ainda temos muito a evoluir, principalmente para ganhar em agilidade, o que já está endereçado em nosso planejamento estratégico”, disse. Ele acredita que a atual gestão da entidade está no caminho certo para que os avanços possam contribuir para fortalecer a confiança dos participantes na entidade.

O 47º CBPP é uma realização da Abrapp, UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta. Patrocinador Diamante: ASA, Evertec, Itajubá Investimentos AI e XP Banco de Atacado. Patrocinador Ouro: Aditus, Aon, Azimut, BB Asset, BNP Paribas Asset Management, Bradesco Asset, Galapagos Capital, Itaú Asset Management, MAG Seguros, Principal Asset Management, Safra, Santander Asset Management e SulAmérica Investimentos. Patrocínio Prata: Anbima, CAIXA Asset, Cavezzale Advogados Associados, Consepro, IIA Brasil, Investira, Leto Capital, Maraey, Mirador, Oceana Investimentos, Porto Asset, PRP Soluções, RJI Investimentos, Sabesprev, Vila Velha Corretora de Seguros, Vinci Compass e Wedan. Patrocínio Bronze: FRAM Capital, Icatu Vanguarda, Investo, IP Capital Partners, MAF Consultoria, Mapfre, Polo Capital, REV Corretora de Seguros e Sparta. Parceiros de Mídia: Broadcast, CNN Brasil e Gazeta Mercantil. Apoio Promocional: ABDE, Abipem, ABRH, ABRH-ES, Abvcap, Ancep, Apimec, ASCPrev, CFC, CRA-SP, Febraban, Fiap, Fipecafi, FPE, IBA, IBGC, IBPE, Ibracon, Servir Brasil, Previpar, Tchê Previdência e Unidas.

Fonte: Abrapp em Foco, em 21.10.2026.