

Por Jorge Wahl

Todos os anos, a **Comissão Técnica Nacional de Relacionamento com o Participante** elege uma mensagem a ser passada aos dirigentes e profissionais das diferentes áreas das entidades. Nos últimos anos, as atenções se voltaram para diversos temas. Houve um momento em que a prioridade foi alertar para a importância de um bom atendimento para o fundo não perder o associado por ocasião da portabilidade para a concorrência, geralmente planos abertos. Numa outra hora, o importante era insistir na necessidade de se investir mais na qualificação do atendente. Hoje, sublinha Karla Maia, Gerente de Relacionamento da Eletros, o realmente fundamental é de longe atender de forma o mais personalizada e humana possível. Quem concorda com isso é Adriana Meirelles Guimarães Salomão, Diretora de Saúde da Sistel, que não apenas é da mesma opinião como acrescenta que pensando assim está conseguindo cortar custos.

Karla é integrante da Comissão e, juntamente com Adriana, na condição de palestrante levará essa mensagem acerca da importância de um atendimento humanizado ao **37º Congresso Brasileiro dos Fundos de Pensão**, de 12 a 14 de setembro, em Florianópolis. Na base de todo esse trabalho, ou seja, em sua efetividade, observa a Coordenadora da CTN, Marisa Santoro Bravi, está a constatação de que antes de mais nada a relevância da área de relacionamento deve ser reconhecida pela alta direção e pelas demais áreas da entidade que com ela devem interagir, sem esquecer do algo grau de preparo dos profissionais que atendem.

Ocasiões especiais - Karla chama a atenção para a gravidade dos momentos em que as entidades são chamadas a atuar, geralmente ocasiões especiais da vida do participante, como a hora do ingresso no plano, os gastos gerados pela chegada dos filhos, a eclosão de uma crise financeira, as despesas produzidas pelo fim de um relacionamento e o início de um novo, uma eventual doença e o ingresso na aposentadoria. Nada disso é algo trivial, pelo contrário, geralmente vem acompanhado de fortes emoções, com as quais a entidade precisa lidar. "Nessa hora viramos algo semelhante ao médico da família, sendo esse um papel para o qual precisamos estar preparados", resume Karla, convencida de que "nesse papel nada nem ninguém pode nos substituir".

No entender de Karla, as entidades não podem ignorar que estão lidando com pessoas e que sua missão é entregar mais do que está estabelecido em regulamentos e legislações. Algo que vem sendo crescentemente compreendido, haja visto que a CTN pensa em levar ao 37º Congresso ao menos uma dezena de cases de associadas que pensam e agem nessa linha.

Claro, há muito que avançar ainda mas, nota Karla, conta pontos a favor da área de relacionamento o fato de que é muito através dela que os participantes constróem ou consolidam a imagem que tem de suas entidades.

Corte nos custos - Já a Sistel encontrou no atendimento personalizado e humanizado, mesmo não sendo esse o objetivo perseguido, uma receita de redução de custos.

Pela cartilha da maioria, terceirização da central de relacionamento é sinônimo de menores custos, uma vez que empresas de call centers trabalham com uma escala elevada e teriam, assim, condições de oferecer um preço vantajoso. Em muitos casos isso pode até acontecer, mas a experiência da Sistel mostra o contrário.

O setor de relacionamento da Sistel começou interno, passou depois durante quase 7 anos a ser terceirizado e desde março último voltou a ser internalizado, explica Adriana, segundo quem a motivação dessa volta às origens foi o desejo de humanizar o atendimento. O perfil do participante da Sistel ajuda a entender essa opção. Com uma idade média de 69, o associado ao plano revela características próprias de sua maturidade e que podem trazer algumas dificuldades adicionais,

com as quais os call centers de mercado revelavam maior dificuldade de lidar.

“A meta do call center terceirizado é atender no menor tempo médio, mas no nosso caso isso terminava gerando maior recorrência e custo judicial”, esclarece Adriana. O atendimento mais rápido levava o participante a voltar para tentar esclarecer a mesma dúvida uma ou duas vezes e, não raro, bater às portas na Justiça para buscar o que julgava ser um direito seu.

A prioridade da Sistel, contrariamente, nunca foi o de reduzir a qualquer custo o tempo de atendimento, mas sim chegar à reincidência zero, quer dizer, poucos participantes voltando para esclarecer dúvidas não satisfatoriamente resolvidos da primeira vez e, menos ainda, recorrendo ao judiciário.

O clima humano passou a ser outro. No lugar de um atendente distante seguindo um script, o que a Sistel passou a ter foi participantes sendo chamados pelo nome e tendo todo o histórico do seu caso lembrado a cada nova chamada para tratar do mesmo assunto.

“Nos primeiros 3 meses pós internalização, entre março e maio últimos, conseguimos reduzir a reincidência em 55%, quer dizer, caiu em mais da metade o número de casos em que os participantes voltam para tratar do mesmo assunto”, calcula Adriana, segundo quem o custo da Sistel atualmente com a sua central de relacionamento é ao redor de 6% menor do que ao tempo do call center externo.

“É verdade que o call center externo tem escala a oferecer, mas não se pode esquecer que ao contratá-lo o fundo de pensão assume também a pressão por resultados financeiros”, arremata Adriana. (Jorge Wahl)

Fonte: [Diário dos Fundos de Pensão](#), em 26.07.2016.