



ATENDIMENTO SOCIAL: A IMPORTÂNCIA DA SEGMENTAÇÃO SOCIAL NO ATENDIMENTO EM EMPRESAS DE SANEAMENTO

João Abeid Filho
Alessandra Oechsler e Julia Rech Sincero
Companhia Águas de Joinville



1. Introdução e Objetivos

A Companhia Águas de Joinville atua na captação, tratamento e distribuição de água potável, bem como na coleta, transporte e tratamento de esgoto desde o ano de 2005. No ano de 2014, consolidou-se o Atendimento Social como estratégia de abordagem de segmentação de mercado. A equipe composta para esse novo tipo de atendimento foi formada por duas assistentes sociais e um atendente comercial. Essa nova estrutura permitiu a formatação de um atendimento direcionado a um público que reúne necessidades específicas, motivadas por vulnerabilidade social, renda baixa e/ou eventual pessoas com deficiência e idosos, entre outros. Projetos e Programas passaram a ser desenvolvidos para esta segmentação, permitindo resultados mais efetivos. A Tarifa Social passou a ser objeto de atualizações, a partir da experiência direta com o público alvo. Novos formatos de negociação foram definidos e atualizados. Foi criado o novo canal de atendimento em domicílio, oferecendo um serviço adequado e acessível. Este trabalho traz a história desse desenvolvimento e os resultados alcançados, com o objetivo de demonstrar a importância do atendimento segmentado social para empresas do setor de saneamento.

2. Metodologia

O relacionamento com clientes de “perfil social”, ou seja, aqueles que necessitam acessar benefícios e condições diferenciadas em atendimentos e negociações, devido à sua situação socioeconômica e de vulnerabilidade social, trazem demandas específicas que necessitam serem atendidas, influenciando seu relacionamento com a empresa de saneamento. As demandas são atendidas através de diferentes frentes de trabalho: Visitas sociais e atendimento pró-acessibilidade; Clientes em acompanhamento; Gestão da tarifa social residencial e para entidades beneficentes; Programa Água em Dia; Programa Regulariza; Programa Recupera e Rede socioassistencial.

3. Resultados e Discussão

Diversos resultados positivos podemos perceber com a segmentação do Atendimento Social. O Programa Pró-acessibilidade juntamente com as Visitas Sociais já gerou, desde o ano de sua criação, 3.151 visitas em domicílio. Além disso, 1.321 parcelamentos foram gerados com condições especiais, considerando as condições de pagamento dos clientes.

Outro importante resultado de intervenção é o acompanhamento de clientes sociais, atualmente com mais de 100 clientes, que são monitorados semanalmente, antecipando atendimentos em campo e evitando cortes no fornecimento de água.

O atendimento aos clientes dos condomínios MCMV- Recursos FAR também apresenta bons resultados: 1088 atendimentos foram realizados nos eventos realizados nos condomínios; 582 famílias são beneficiadas com a Tarifa Social Especial; 21 eventos foram realizados nos condomínios.

O programa em áreas de regularização, com público em vulnerabilidade em sua maioria, possui um número expressivo de comunidades e famílias com retirada deste público da clandestinidade: 18 comunidades atendidas; 716 famílias atendidas nessas comunidades.

Por fim, com todas as ações voltadas ao segmento social, alcançamos um espaço para discutir e propor melhorias para este segmento. A construção da nova Instrução normativa da tarifa social trouxe importantes adaptações, beneficiando famílias que realmente necessitam.



4. Conclusões

A estruturação do Atendimento Social foi uma consequência racional da constatação de necessidades específicas de parte da população composta por famílias em vulnerabilidade social e/ou com mobilidade comprometida. Com o atendimento segmentado, a equipe pode aumentar o conhecimento sobre essas famílias, estreitar o relacionamento e levar melhores ferramentas e canais para atendimento às suas necessidades. Novos projetos e programas foram implantados e o trabalho em parceria com órgãos públicos de atendimento social e inclusivo trouxeram muitos avanços para a empresa, seus clientes e toda a comunidade onde atua. O trabalho contínuo dessa nova equipe permite o questionamento e novas propostas para normatização do setor, atendendo a demandas que antes se apresentavam de forma pulverizada entre os demais canais de atendimento. O Atendimento Social introduz inteligência e visão estratégica aos processos de relacionamento com seu público alvo. Os resultados se traduzem em aumento de clientes regulares, redução da inadimplência, melhoria no relacionamento com os clientes, melhoria na imagem institucional e aumento no consumo faturado, por conta das famílias que ingressam a base de clientes da empresa através desse novo formato de acesso.

5. Referências

GUIMARAES, Ester Feche. MODELO DE INCLUSIVO PARA UNIVERSALIZAÇÃO DO SANEAMENTO BÁSICO EM ÁREAS DE VULNERABILIDADE SOCIAL [tese]. São Paulo: USP; 2015.

GUIMARAES, Ester Feche; MARQUES, Rui Cunha; MALHEIROS, Tadeu Mauricio. Lideranças comunitárias e o cuidado com a saúde, o meio ambiente e o saneamento nas áreas de vulnerabilidade social Ciênc. saúde coletiva vol.21 no.3 Rio de Janeiro Mar. 2016. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232016000300789&lang=pt

Acesso 08/05/2020