

## V-030 – PROJETO ATUAÇÃO COMERCIAL NO SANEAMENTO

**Silvana Gonzaga Fernandes<sup>(1)</sup>**

Administradora de Empresa (cursando), Encarregada de execução de serviços comerciais da Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo – SABESP – UGR São Miguel.

**Marcio Roberto Mori Machado**

Engenheiro Civil (cursando), Encarregado de planejamento e controle comercial da Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo – SABESP – UGR São Miguel.

**Noemi Cristina Carrera Primo**

Gerente de Divisão comercial da Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo – SABESP – UGR São Miguel.

**Endereço<sup>(1)</sup>:** Diego Calado, 149–São Miguel–São Paulo - SP- CEP: 30310-760 - Brasil - Tel: (11) 2030-4860 - e-mail: [silvanagf@sabesp.com.br](mailto:silvanagf@sabesp.com.br)

### RESUMO

A Unidade de Negócio Leste tem hoje, aproximadamente, 850.000 ligações ativas. Estima-se que a população residente e consumidora de água na região chegue a 1.500.000 pessoas.

Os principais canais de entrada de reclamações por contas altas são: Ouvidoria, Procon, Jurídicos, Disk , o Poupa Tempo (que atende cerca de 550 pessoas por dia na agência ).

Com objetivo de reduzir as entradas de reclamações por alta de consumo e consequentemente as entradas de reclamações VIPs. A expectativa é que durante a implantação do projeto obtenhamos significativa redução nos processos e uma melhora na satisfação do cliente e da imagem da Companhia.

Com objetivo de reduzir as entradas de reclamações por alta de consumo e consequentemente as entradas de reclamações VIPs, o projeto Alta de Consumo foi implantado na Unidade de Negócio em 2009. O Projeto Alta de Consumo, pretende inovar na forma de atuar neste tipo de reclamação, além de aumentar a satisfação dos clientes.

A Unidade de Negócio tem hoje, aproximadamente, 850.000 ligações ativas. Estima-se que a população residente e consumidora de água na região chegue a 1.500.000 pessoas.

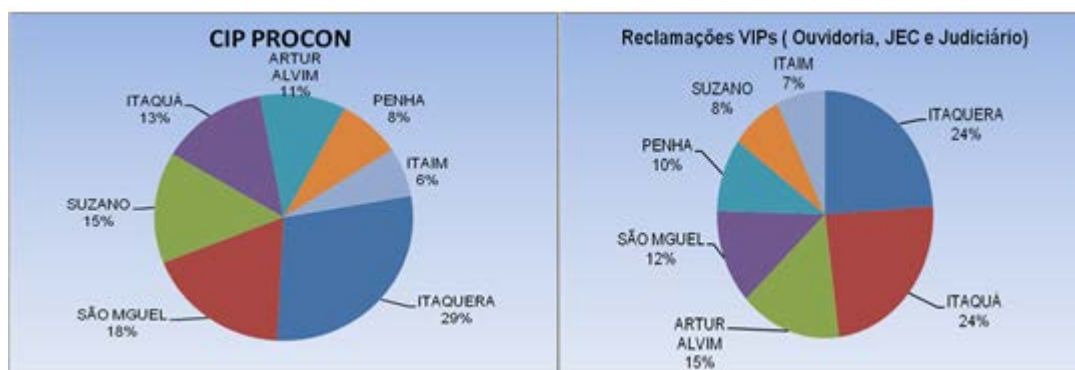
Os principais canais de entrada de reclamações por contas altas são: Ouvidoria, PROCON, Jurídicos, Disk Agências de Atendimento.

A expectativa com a implantação do projeto foi de obter significativa redução nos processos e uma melhora na satisfação do cliente e da imagem da Companhia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Viabilidade econômica, redução de perdas e Geração de valor

### INTRODUÇÃO

A Unidade de Negócio Leste tem tido, ao longo dos últimos anos, mais incidência de entrada de processos por alta de consumo, decorrentes de reclamações principalmente por vazamentos visíveis e não visíveis, contas altas sem justificativa e consumo pós troca de hidrômetro.



**Figura 1: Gráfico de reclamações**

Alguns dos fatores principais desses números são:

- a) quantidade de contas altas, sem justificativas ou provocadas por vazamentos, que levam o nosso cliente a reclamar nas agências, Procon ou outros meios.
- b) a impressão que tem o cliente sobre a responsabilidade da Sabesp sobre o aumento de consumo;
- c) a falta de conhecimento de direitos e deveres dos clientes, principalmente sobre sua responsabilidade na manutenção e acompanhamento dos encanamentos internos nos imóveis;
- d) a regularização de áreas carentes, onde historicamente a Cia sofreu perdas.

## **ETAPAS DO PROJETO**

Planejamento:

- a) Levantamento das ações em andamento, direcionadas à diminuição nas entradas de contas altas;
- b) Realização de reuniões com encarregados de agências e escritórios regionais, Taces, funcionário da gestão Tace, analistas, atendentes e fiscais;
- c) Ações em campo para orientação e esclarecimentos dos clientes;
- d) Acompanhamento da leitura TACE para orientação e melhoria de atendimento;
- e) Tomadas de pressões para verificar áreas de influência de Alta de Consumo;

## **EXECUÇÃO DO PROJETO**

Levantamento das ações em andamento, direcionadas à diminuição nas entradas de altas de consumo:

Treinamento e reciclagem de atendentes, supervisores e Taces.

Onde foram revistos os principais assuntos relacionados sobre como orientar os clientes sobre Alta de Consumo, além de técnicas para localizar vazamentos e orientações quanto a esclarecimentos sobre o consumo como faixa tarifária, cadastro de economias, tarifa social, etc.

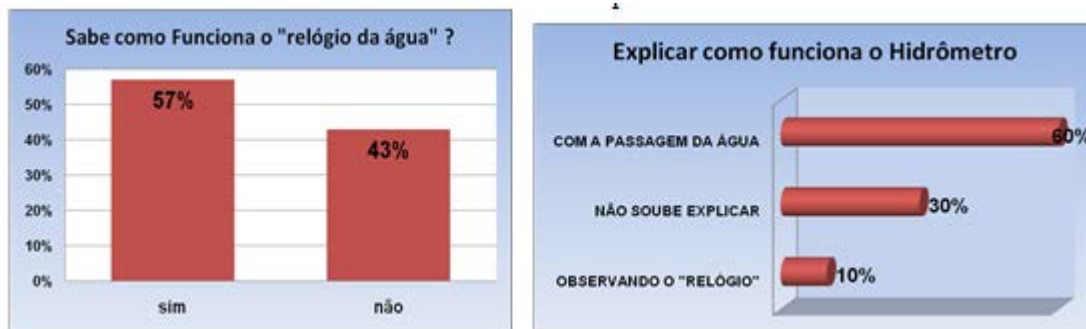


**Foto 1: Treinamento dos Taces em sala**

Elaboração de diagnóstico do cliente Procon.

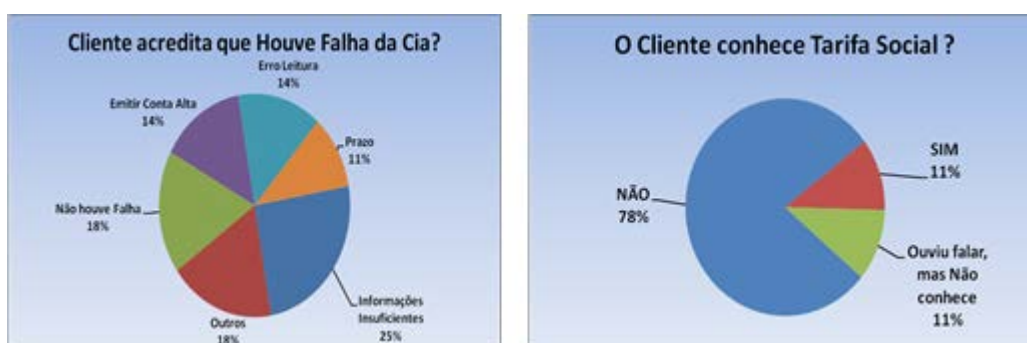
Com objetivo de buscar um aprofundamento sobre as reclamações de Alta de Consumo procurando enumerar suas verdadeiras razões e qual o sentimento do cliente envolvido nessa questão, além de procurar identificar a relação entre tais reclamações e a ida do cliente a CIA e Procon.

Pesquisamos o conhecimento do cliente sobre vazamentos, conservação de instalações prediais e funcionamento do hidrômetro entre outros temas correspondentes.



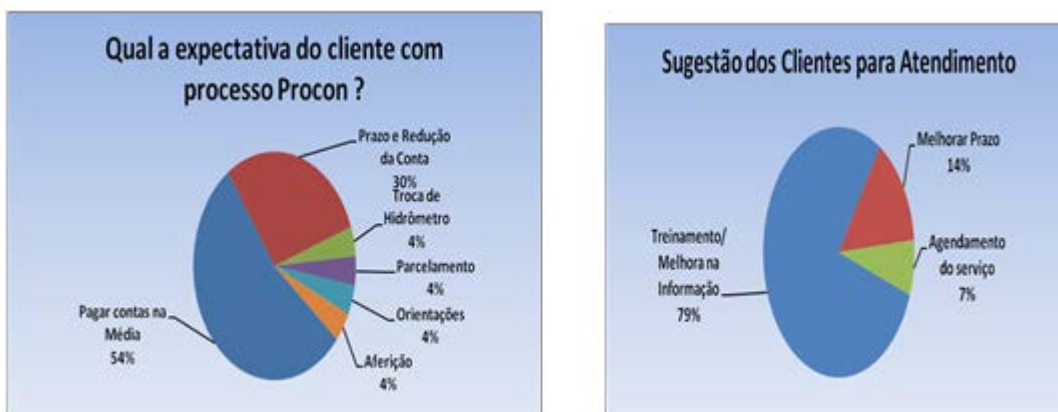
**Figura 2: Pesquisa com clientes sobre funcionamento do hidrômetro**

Dos 57% que afirmaram saber como funciona o hidrômetro, foi solicitado que procurassem descrever o funcionamento:



**Figura 3: Pesquisa com clientes sobre a CIA**

Cerca de 72% dos clientes alegam que houve algum tipo de falha da CIA em relação a Alta de Consumo. Cerca de 89% dos clientes que reclamam de Alta de Consumo não conhecem este benefício oferecido pela Sabesp. Sendo que aproximadamente 50% destes clientes se enquadram em algum dos critérios para cadastramento em Tarifa Social.



**Figura 4: Pesquisa com clientes sobre sugestão de melhorias**

A maior parte dos clientes que procuram o Procon por motivo de Alta de Consumo esperam conseguir redução do valor da conta.

Analisando o gráfico acima percebemos que a maioria dos clientes requer melhora na informação prestada.

#### Diagnóstico das Altas de Consumo

Para que fosse possível definir as ações de redução de reclamações de Alta de Consumo elaboramos um diagnóstico para identificar os principais motivos responsáveis pela Alta de Consumo.



**Figura 5: Motivos da reclamação de conta alta**

Como observamos no gráfico os principais motivos que causam a Alta de Consumo foram:

- Alta Isolada, causada por um pico de consumo anormal no mês.
- Vazamento Não Visível, geralmente no subsolo onde o cliente só nota o vazamento após receber a conta Alta.
- Após a Troca de Hidrômetro, com a instalação de um equipamento mais preciso na medição do consumo o cliente acaba recebendo uma conta Alta.

Realização de reuniões com encarregados do Poupatempo e escritório regional, Taces, funcionário da gestão Tace, analista, atendente, fiscal:

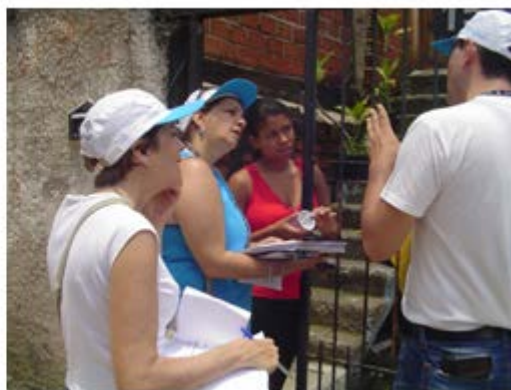
As reuniões têm como objetivo a captação de sugestões dentro do tema proposto para o presente projeto e é composto por funcionários dos diversos segmentos dos escritório regional e Taces.

Ações em campo para orientação e esclarecimentos dos clientes

O resultado das pesquisas realizadas com os clientes que reclamam de Alta de Consumo mostrou que há desconhecimento dos clientes em relação ao funcionamento do hidrômetro, pesquisas de vazamento internas, tarifa social e alterações cadastrais.

Mapeamos as áreas de maior incidência de alta de consumo, recursos, leituras por média e reclamações Vips para realizar ações em campo de orientações aos clientes.

Através de distribuição de comunicados e orientações sobre pesquisa de vazamento interno, tarifa social, cadastro em economias, acompanhamento de consumo, etc.



**Foto 2: Treinamento do Tace em campo com atendente**

Acompanhamento da leitura TACE para orientação e melhoria de atendimento

O Tace representa a CIA mensalmente na casa do cliente, por isto é fundamental o conhecimento do Tace no processo de orientação dos clientes, sobre vazamentos, tarifa social, alteração cadastral, orientação de consumo, etc.

Com esta ação o Atendente do Poupatempo realizou a leitura com o Tace para poder disseminar o trabalho de orientação para os clientes.

Orientando o Tace e demonstrando ações simples que o Tace pode realizar no seu dia-a-dia para poder esclarecer o cliente em relação ao consumo, evitando assim que o cliente .





**Foto 3 e 4: Tace atendendo cliente.**

Tomadas de pressões para verificar áreas de influência de Alta de Consumo

Outra ação para identificar motivos de Alta de Consumo foi a utilização de manômetros para verificar a pressão da água nos imóveis.

Como sabemos regiões com grandes pressões nas tubulações podem causar vazamento devido ao rompimento da tubulação, gerando assim vazamento e consequentemente Alta de Consumo nos imóveis.

A ocorrência de pressões acima das normatizadas contribui para o desgaste prematuro dos componentes internos dos medidores e em casos mais extremos, podem causar até a condenação do medidor em função do vazamento em seu corpo.

Com a mão-de-obra Tace, estamos realizando medições de pressão em áreas de grande incidência de Alta de Consumo, para verificar se as pressões realmente influem neste tipo de ocorrência.



**Foto 5 e 6: Tace verificando pressão no cavalete.**

Uma das formas de acompanhamento de melhoria da prática é o acompanhamento através de feedback com os monitores do Tace, além do retorno de informações que os atendentes nas agências repassam ao ER sobre o atendimento do Tace em Campo.

Para facilitar o acompanhamento da gestão dos serviços realizados pelos Taces foi desenvolvido pela unidade de controle e consumo da UN um software que avalia o desempenho diário dos Taces em campo, facilitando assim eventuais aprimoramentos no processo.

Monitores

Unidade de Negócios Leste

Ciclo: 01/21 ao 07/27

Emissão: Abril/12

Monitor	ER	Fatur. Média	Pts	Fatur. Média Medição	Cl's Inform.	Pts	Reinc. CL's	Cod. Ocorr. CSI	Pts	Cod. Ocorr. SIGAO	Pts	Cod. Ocorr. Inform.	Pts	Alt. Cadastral	Pts	Software MLIC	Pts	Total Pts	Soma	Erros	Total Ligações	%
		322	4	91	171	2	76	0	0	0	0	0	0	59	0	0	0	6	719	0	12.055	5,96
<a href="#">ALEXANDRE AURELIO RIBEIRO DA SILVA</a>	ITAQUA	286	5	268	555	7	147	8	0	11	0	15	0	100	0	0	0	12	1.390	0	14.670	9,48
<a href="#">EDSON DA CONCEICAO</a>	ITAQUA	288	4	314	332	5	163	2	0	3	0	10	0	56	0	0	0	9	1.168	0	11.909	9,81
<a href="#">EDSON DA CONCEICAO</a>	ITAQUA	38	3	25	12	1	9	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	4	86	0	1.323	6,50
<a href="#">EDSON DA CONCEICAO</a>	ITAQUA	38	3	25	12	1	16	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	4	93	0	1.323	7,03
<a href="#">EDSON DA CONCEICAO</a>	ITAQUA	38	3	25	12	1	9	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	4	88	0	1.323	6,65
<a href="#">EDSON DA CONCEICAO</a>	ITAQUA	38	3	25	12	1	16	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	4	95	0	1.323	7,18
<a href="#">EDSON DA CONCEICAO</a>	ITAQUA	38	3	25	12	1	9	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	4	87	0	1.323	6,58
<a href="#">EDSON DA CONCEICAO</a>	ITAQUA	38	3	25	12	1	16	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	4	94	0	1.323	7,11

Figura 6: Software de acompanhamento e gestão

O software permite o acompanhamento e a gestão sobre:

- Contas faturadas por média
- Serviços ofertados para o cliente
- Acompanhamento do desempenho por monitor e tace (equipe).

## RESULTADOS

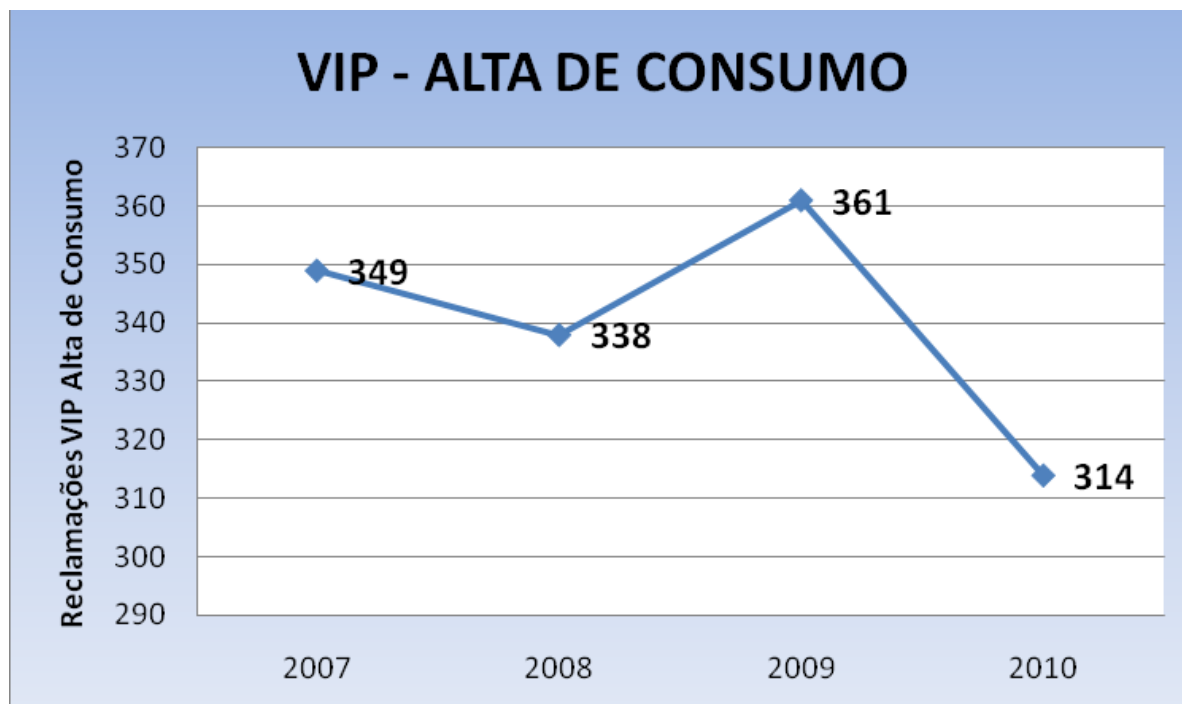
Os resultados de redução demonstram a eficiência do Projeto Alta de Consumo na ML, a seguir descrevemos as reduções nos principais canais de entradas da ML.

**1º PROCON:** O gráfico abaixo demonstra as reclamações registradas no canal PROCON acumulada no ano de 2011 comparando com o início do projeto em 2009. Nota-se que a ML obteve uma redução de 25% nas entradas de reclamações de PROCON.



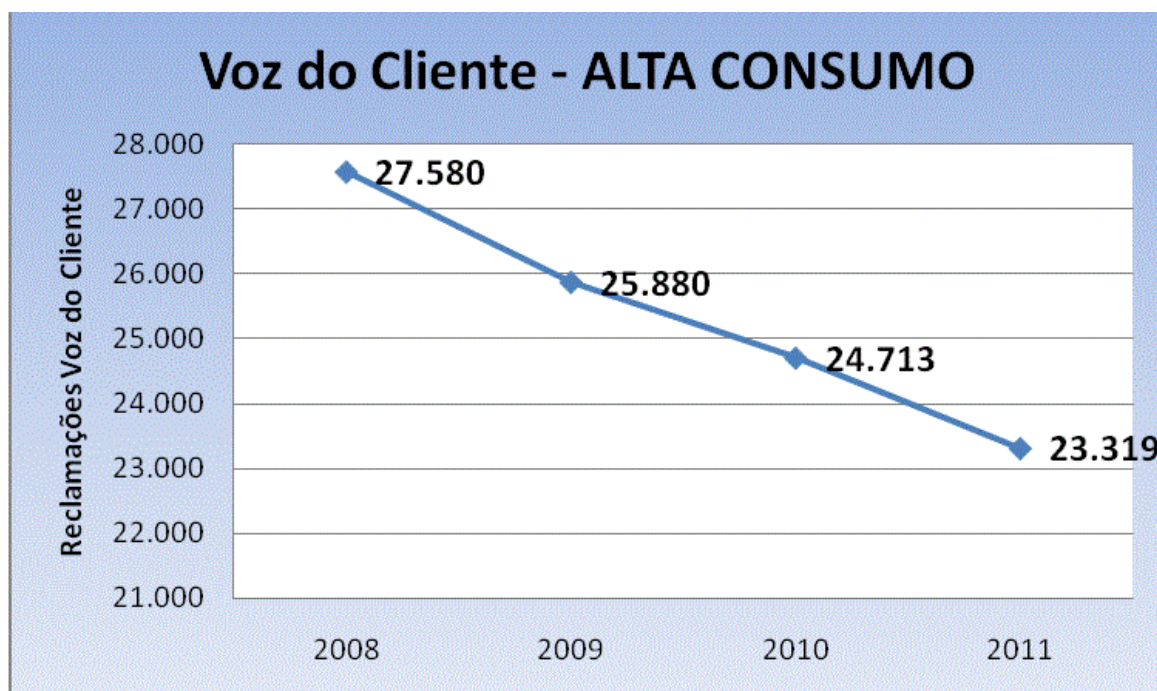
Figura 6: Resultados de redução de reclamações

**2º VIP (Ouvidoria+Judiciário):** Nos casos de reclamações de Alta de Consumo nos VIPs a ML obteve uma redução de -13% em relação ao início do projeto no ano de 2009.



**Figura 7: Resultados de redução de reclamações**

**3º Voz do Cliente:** O gráfico abaixo demonstra as reclamações registradas no canal Voz do Cliente, quando comparamos os resultados de 2011 com o indicador do ano de 2008 notamos uma redução de -15% nas reclamações de Alta de Consumo



**Figura 7: Resultados de redução de reclamações**

## CONCLUSÃO

O Projeto Atuação Comercial no Saneamento proporciona vantagens e benefícios vinculados à redução de custos nas atividades produtivas. A visão da ML é ser reconhecida como Empresa que universalizou os serviços de saneamento em sua área de atuação, com foco no cliente, de forma sustentável e competitiva, com excelência em soluções ambientais. Visando o **foco no cliente e tendo como valor o respeito a sociedade e ao cliente**.

O Projeto Alta de Consumo inovou na forma de atuar neste tipo de reclamação, além de aumentar a satisfação dos clientes. A empresa, ganha com isto não apenas o reconhecimento de ser uma empresa ambiental, mas principalmente, conscientiza a população sobre a importância de controlar e acompanhar seu consumo, evitando assim problemas com contas altas decorrente de vazamentos nas instalações internas.

Além de distribuir água tratada, a Empresa preocupa-se em disseminar os conceitos e informações relacionados ao abastecimento público, uso racional, preservação de mananciais e educação ambiental. Com enfoque essencialmente cultural, para conscientizar a população sobre a preservação dos recursos hídricos e o uso da água sem desperdícios, contribuindo assim com os problemas de escassez do produto.

Com isso cada funcionário da empresa passará a ser visto pela população como um prestador de serviços ambientais, com responsabilidade social de preservação da vida.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. SANTOS, Maria de Lourdes Florencio, Recife ABES, 2006. Congresso da Associação Brasileira de Engenharia Sanitária.
2. MINISTÉRIO PÚBLICO. Manual de Saneamento, Brasília, Funasa, 2006.
3. MINISTÉRIO do DESENVOLVIMENTO de ASSISTÊNCIA SOCIAL e COMBATE a FOME. Política Nacional de Assistência Social.