

Implantação de CRM (*Customer Relationship Management*) em esfera governamental: um estudo de caso na Prefeitura Municipal de Curitiba

Anna Carolina Lima de Oliveira (OPET)

Joseli Inês Piekarski (OPET)

Mateus Breier (OPET)

Ricardo José Gonçalves (OPET)

Resumo: *Este artigo tem como objetivo o estudo da implantação de um sistema CRM em âmbito governamental de forma completa e como esta solução trouxe benefícios para a gestão pública da Prefeitura Municipal de Curitiba – Capital do estado do Paraná. Os sistemas CRM no setor público ou CzRM (Citizen Relationship Management) como são conhecidos, proporcionam a aproximação do cidadão com os serviços públicos municipais, tornando a gestão participativa e eficiente.*

Palavras chave: Sistema CRM; CzRM; governamental; gestão pública; gestão participativa.

Abstract: *This article aims to study the implementation of a CRM system at the governmental level and how this solution has brought benefits to the public management of the Municipal City Hall of Curitiba - Capital of Paraná state. The CRM systems in the public sector or CzRM (Citizen Relationship Management), as they are known, provide the citizen approach with the municipal public services, making the management participative and efficient.*

Key words: CRM System; Governmental; CzRM; public management; participative management.

1. Introdução

Cada vez mais o setor público vê o cidadão como “cliente” e este está cada vez mais exigente. Com foco na qualidade e eficiência da prestação de serviços públicos, os governos procuram no CRM uma ferramenta para alinhamento dos serviços com as necessidades do município.

O CRM auxilia a gestão, proporcionando qualidade no atendimento ao cidadão, informando serviços relevantes, prazos e acontecimentos, atraindo negócios para as prefeituras, de maneira personalizada e eficiente e com alta capacidade analítica, bem como fornecendo dados relativos ao desempenho da gestão e das ações de governo frente às demandas da população.

É importante lembrar que “uma implementação de CRM bem sucedida implica o apoio das equipes e da gestão e a adoção de processos centrados no cidadão, sendo a tecnologia um facilitador” (Nóbrega, 2008).

Em Curitiba o projeto ganhou o nome de Central de Relacionamento Municipal e “contempla ferramentas e serviços de enquetes, divulgação, relacionamento, coleta automática, armazenamento de dados e prestação de serviços e onde qualquer informação relevante para a tomada de decisões pode ser registrada e analisada periodicamente, de modo a produzir relatórios gerenciais dos mais diversos interesses” (ICI).

Definindo CRM (Customer Relationship Management)

CRM é um conjunto de ferramentas baseado em uma visão corporativa que objetiva conhecer melhor seu cliente melhorando o relacionamento com o mesmo e colocando-o no centro dos processos de negócio.

Segundo Aresi Machado “CRM é uma sigla conhecida no mundo empresarial que significa: Customer Relationship Management - o gerenciamento dos relacionamentos com o cliente ou com o cidadão (Citizen), quando se trata da prestação de serviços públicos.” (Machado S. Aresio, 2002).

O CRM deve ser entendido como um conceito mais do que como uma ferramenta para conhecer melhor seu cliente, sua demanda sua perspectiva e seus desejos.

Para Greenberg o CRM atua como uma estratégia de gestão, rigorosa, destinada a criar e manter relações profícuas e duradouras. Para tal, é necessário obter e integrar informações dispersas sobre os clientes, permitindo conhecer e compreender as suas necessidades e atuar sobre as mesmas (Greenberg, 2001).

Júnior Caiçara define: “CRM ou gerenciamento do relacionamento com o cliente pode ser considerado uma arquitetura que combina processos de negócios e tecnologias e que tem como objetivos principais entender os clientes, identificar quem são eles, o que fazem e do que gostam.

Segundo o Gartner Group, CRM pode ser definido como ‘uma estratégia de negócio voltada ao entendimento e à antecipação das necessidades dos clientes atuais e potenciais de uma empresa’” (Caiçara Júnior, 2008, p.164).

As principais vantagens que um sistema CRM pode gerar para a empresa são fidelização e conquista de clientes, com isso, aumento de lucratividade; aumento de produtividade devido à automatização de processos e uma maior interação entre setores como marketing e comercial. Auxilia também na identificação de problemas relacionados a serviços ou produtos e propicia uma reação mais rápida com menores perdas.

O primeiro setor que implantou um sistema de CRM foi o de telecomunicações que foi seguido pelo de bens de consumo, petróleo e saúde. Segundo Xavier e Gouveia “O setor público aderiu a este fenômeno tardiamente e inaugurou o conceito que ficou conhecido por Citizen Relationship Management ou, simplesmente, CzRM” (Xavier e Gouveia, 2004).

Definindo CzRM (Citizen Relationship Management)

Para Santos “O CzRM é uma mudança cultural, um redesenho de processos, orientando-os para uma operacionalidade dos serviços centrados no cliente” (Santos, 2006).

Segundo Regina Costa, o sistema CRM geralmente é aplicado no setor privado e o CzRM, na esfera governamental, uma vez que ambos buscam o melhor relacionamento com os clientes/cidadãos, proporcionando a eles a melhor prestação de serviços (Costa, 2008). Porém, embora seja freqüente esta definição, existem algumas diferenças entre os dois sistemas uma vez que, como afirmam Xavier e Gouveia, o CzRM é potencialmente muito mais profundo que o CRM, pois o indivíduo na sua vida cotidiana assume papéis diversos. Isto é, um cidadão pode gerar interações no papel de residente, de passageiro, de trabalhador, de consumidor, de condutor, de eleitor, de contribuinte, entre muitos outros possíveis papéis. Contudo, não obstante a diversidade das necessidades, o cidadão é o mesmo (Xavier e Gouveia, 2003).

O CzRM-Citizen Relationship Management (Gestão de Relacionamento com o Cidadão), permite gerir de uma forma centralizada, todos os canais e formas de interação com o cidadão, permitindo à organização possuir uma visão integrada (Santos, 2006).

A interação do sistema com o cidadão funciona através de multi canais (telefone, web, e-mail, presencial, etc) e toda a informação colhida, seja ela reclamação, reivindicação, sugestão ou pedido de informação, ficam armazenados em um banco de dados centralizado com acesso em tempo real pelos autorizados.

Na definição de Santos “Este modelo, de atendimento único, integra e faz interagir de forma sintonizada os vários canais de comunicação, como se existisse um ponto único de atendimento. Por sua vez, o cidadão vai se beneficiar de uma experiência de serviço personalizado” (Santos, 2006).

O CzRM permite à administração pública conhecer seus cidadãos e a estes, acesso a informações e serviços. Garante também a distribuição adequada de solicitações do cidadão através de workflow e reporting que permitem monitorar o atendimento e maior eficácia na solução do mesmo.

Xavier e Gouveia acreditam que o CzRM procura alcançar, na relação com os cidadãos, os benefícios que o CRM já demonstrou nas relações com os clientes. Por conseguinte, as entidades públicas conseguem mais e melhor conhecimento dos cidadãos e, por essa via, satisfazer mais eficazmente as suas necessidades. Por outro lado, poderão se beneficiar de níveis de serviço idênticos aos que se obtêm no setor privado (Xavier e Gouveia, 2004).

2. Implantação em Curitiba

A informação é o bem mais importante da administração pública. Informações precisas e atuais em posse dos administradores propiciam tomadas de decisões confiáveis e melhoria nos processos de gestão interna, nas prestações de serviços e na contenção de despesas.

Ao buscar o fortalecimento das ações estratégicas de governo, o ICI (Instituto Curitiba de Informática) desenvolveu o projeto Central de Relacionamento Municipal, baseado no conceito de CzRM (Citizen Relationship Management) o gerenciamento da relação com o cliente, este é o ponto central de aplicação do CzRM na prefeitura de Curitiba, possibilita principalmente a obtenção de informações, qualitativas e quantitativas, que expressem os resultados das ações de governo ou favoreçam uma referência pública para a discussão. A gestão municipal dispõe de uma correta avaliação de desempenho e o acompanhamento participativo da população em conjunto com as ações integradas da administração.

Uma das atividades da Central de Relacionamento Municipal é registrar os contatos realizados pelos cidadãos, de forma centralizada. Qualquer informação relevante para a tomada de decisões pode ser registrada e analisada periodicamente, de modo a produzir relatórios gerenciais dos mais diversos interesses. Esta central de relacionamento já existia antes da implementação do CzRM porém, segundo Aresi Machado “A perspectiva que se segue é a de potencializar o uso deste recurso ampliando a gama de atuação e os canais de interação com a população, atuando também de forma ativa, direcionando indagações e pesquisas para determinadas áreas de interesse por faixa etária, sexo, bairros, regiões, programas e serviços da prefeitura, detectando-se claramente as deficiências, o que pode ser otimizado, esclarecer o cidadão sobre serviços, chamamentos, os benefícios providos com determinada obra, etc. É importante ressaltar que este trabalho enceta uma ação de reflexão e planejamento, a qual visa dirigir e orientar toda ação de governo. Na criação desta “inteligência” é que se encerra o conceito de CRM.

Em um ambiente único e integrado, conseguimos registrar todas as interações de um cliente, todos os comentários, todas as demandas, pelos diversos canais (Call Center – Ativo/Receptivo, Internet, 0800, CTA-Call and Talk Abalt, Mala Direta, etc.). As intervenções são guardadas historicamente permitindo o cruzamento dos dados e com isso a geração de relatórios situacionais, macro-estratégicos ou personalizados, mapeando,

georeferenciando demandas e necessidades bem características.” (Machado S. Aresio, 2002). A Central de relacionamento municipal contempla ferramentas e serviços de enquetes, divulgação, relacionamento, coleta automática, armazenamento de dados e prestação de serviços. Assegura-se, assim, de forma integrada, a comunicação, o relacionamento e as informações da população de Curitiba, de forma participativa nas ações municipais.

A solução completa envolve a prestação de serviços de call center, infraestrutura de rede lógica e elétrica, conectividade com internet, equipamentos de informática, recursos humanos, sistemas gerenciadores de banco de dados, sistemas de telemensagens, enquetes eletrônicas e enquetes pessoais. Essa solução integrada contribui como ferramenta para a comunicação, o relacionamento e a tomada de decisões político-administrativas, para a avaliação de qualidade de vida do cidadão e para o incentivo do desenvolvimento local.

Em conjunto com a aplicação do CzRM na prefeitura foram feitas uma série de outras aplicações que visam melhorar o atendimento ao cidadão, como BI, GED e outros conceitos que foram implementados para a melhoria do atendimento.

A escolha da ICI (Instituto Curitiba de Informática) para a implementação do CzRM foi feita após uma minuciosa análise com uma série de empresas que participaram de uma concorrência pública (licitação) segundo Aresi Machado, acessor de informações da prefeitura “vemos o ICI como o precursor deste processo, quem sabe o único no Brasil a direcionar essa solução para o setor público, implantando esta solução com uma visão moderna, de forma gradual, direcionando o desenvolvimento de seus aplicativos dentro de uma padronização que possibilitará em breve atender o escopo geral do projeto, tendo a constante preocupação com a integração de ambientes como o “Novo 156”, o SIC – Sistema de Identificação do Cidadão e os Sistemas Especialistas dos Órgãos municipais, assegurando-se, desde logo, a compatibilidade entre os Sistemas envolvidos.” (Machado S. Aresio, 2002).

3. Considerações Finais

Como observamos neste artigo, o CzRM foi formado a partir do CRM que é administrado em empresas privadas e cujo foco é o cliente.

É notório que se faz necessário nos dias atuais, maior interação entre governantes e população o que para ocorrer necessita antes de mais nada, de uma mudança de visão por parte dos primeiros.

Através da implantação de um sistema CzRM, o cidadão é colocado como foco principal da administração governamental e permite que suas reais necessidades sejam identificadas e possam ser solucionadas com visão clara de todo o processo envolvido.

Através do estudo de caso na prefeitura de Curitiba foi visto que muitas melhorias foram alcançadas com a implementação do CzRM, apesar de ainda ter muito a ser melhorado na prefeitura, com o auxílio do ICI (Instituto Curitiba de Informática) foi possível a aplicação desta ferramenta com êxito explorando todas as funcionalidades de seu conceito.

Referências

CAIÇARA JR, Cicero. Sistemas Integrados de Gestão ERP: Uma Abordagem Gerencial. Editora ibpex. 2008. 3ª edição.p.164

COSTA, Rosana Regino. Trabalho de conclusão de curso. 2008
http://www.unirg.edu.br/cur/adm/arq/banco7p2008_2/Rosana%20regino%20Costa.pdf
Acessado em 11/04/2010

GREENBERG, Paul: CRM – at the speed of light. McGraw Hill, 2001.

MACHADO, Aresi S. Entrevista da ICI Abr/2002
http://www.infoguerra.com.br/defaced/www.ici.curitiba.org.br/index.asp_prgcod=Noticia&codigo=54.htm
Acessado em 24/03/2010

NOBREGA, João Paulo. Governos aumentam investimento em CRM. Revista CXO – Tecnologia da informação para Executivos Nov/2008
http://www.cxo.com.pt/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=526
Acessado em 24/03/2010

SANTOS, José. Citizen Relationship Management. O Portal do Marketing. Ago/2007
<http://www.jdsantos.net/documentos/cronicas/CzRM.pdf>
Acessado em 11/04/2010

XAVIER, Jorge; GOUVEIA, Luis Borges. O relacionamento com o cidadão: A importância do território. Conferencia ibero-americana www/internet/2004 7/8
http://www2.ufp.pt/~lmbg/com/xavier_iadisibero04.pdf
Acessado em 11/04/2010

XAVIER, Jorge; GOUVEIA, Luis Borges; GOUVEIA, Joaquim Borges. A gestão do relacionamento com o cidadão em cidades e regiões digitais. Conferência IADIS Ibero-Americana www/internet/2003
http://www.iadis.net/dl/final_uploads/200303L016.pdf
Acessado em 11/04/2010