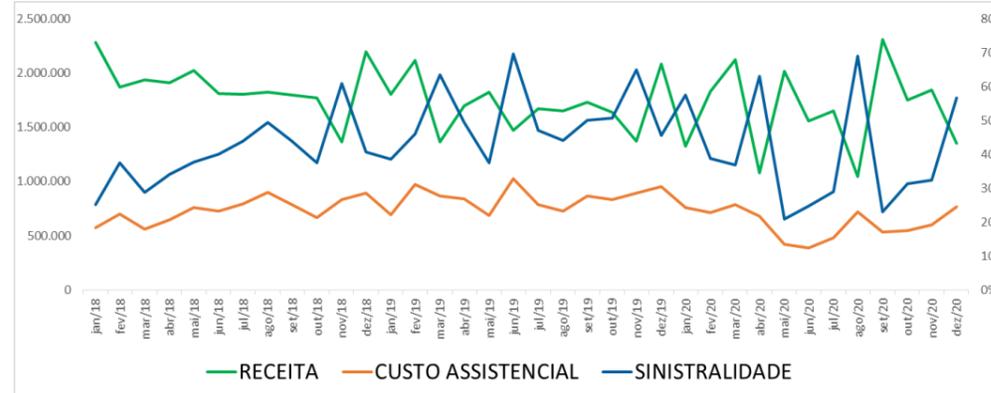


Empresa: Operadora de Saúde / Área Administrativa / Técnica

Autores: Pedreira, F. S.; Pinheiro, R. A., Maximiliano, L. M. da S.; Pereira, M. de A.; Freitag, A. E. B.; França, S. L. B.; Neto, J. V.

Título: Medida de retenção de clientes para estabilizar arrecadação da receita

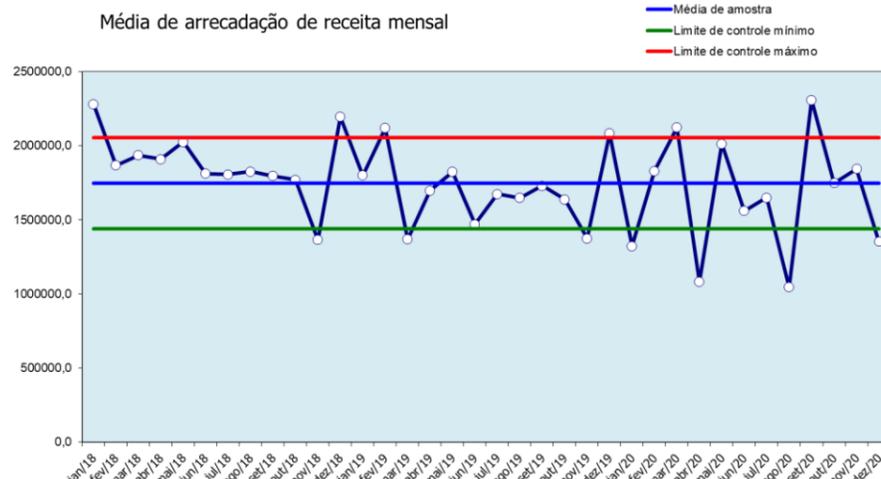
Problema: Alta variabilidade da sinistralidade do produto. À medida que a sinistralidade aumenta a arrecadação da receita cai, motivando o estudo do problema.



Causa Raiz: Utilizando os 5 Porquês identificou-se: 1. Falta de conhecimento no sistema => Falha na renegociação; 2. Pouca concorrência entre os credenciados => Preço do serviço; 3. Inadimplência => Qualidade no serviço.



Análise da Situação Atual: Nos últimos anos houve grandes variações na arrecadação da receita com picos expressivos, o que motivou a estabelecer medidas que pudessem trazer mais estabilidade diminuindo as quedas bruscas da receita.



Ferramentas Utilizadas para Solução: 1) *Brainstorming* com as partes interessadas para melhor entendimento do cenário atual; 2) Aplicação dos *5 Porquês* para identificação da causa raiz das hipóteses levantadas pela equipe; 3) Diagrama *Ishikawa*; 4) Após a coleta dos dados foi realizado um tratamento das informações com resultados estatísticos que possibilitaram a geração de *carta de controle* com limites superior e inferior, bem como média da amostra de dados utilizada.

Plano de Ação:

Causa-raiz	Contra-medidas	Responsável	Data Início	Prazo (meta)	Término (real)
Falta de conhecimento do sistema.	Ajustar parâmetros do sistema.	Frederyco	07/04/2021	09/04/2021	12/04/2021
	Treinamento de atualização de utilização do sistema.				
Pouca concorrência entre os credenciados.	Ampliar a rede credenciada oferecendo serviço de telemedicina.	TI/Comercial Jurídico/RH	12/04/2021	10/08/2021	
	Implementar o programa de atenção básica.	Alta Gestão	12/04/2021	18/10/2021	
Inadimplência	Terceirização do serviço de cobrança.	Financeiro	07/04/2021	07/06/2021	

Resultados Obtidos e Conclusões: Foi implementada a contramedida, antecipando o contato com o cliente a fim de reverter inadimplências que poderiam resultar em cancelamentos impactando diretamente a arrecadação da receita. Observou-se que diminuindo o tempo para contatar os clientes inadimplentes, de 90 para 45 dias, as ações de reversão foram mais efetivas.

