



## **Cobrança Via URA – Integração URA x DISCADOR**

**Renato de Oliveira Ribeiro**  
**CPFL Paulista**  
[renatoribeiro@cpfl.com.br](mailto:renatoribeiro@cpfl.com.br)

**André Luis F. Rodrigues**  
**CPFL Piratininga**  
[andreluiz@cpfl.com.br](mailto:andreluiz@cpfl.com.br)

### **RESUMO**

O objetivo deste trabalho é apresentar o desenvolvimento e os resultados da criação de uma nova ferramenta para avisar o cliente, por telefone e de forma automatizada, da ocorrência de débitos, utilizando a URA integrada ao Discador.

O objetivo do projeto era reduzir o índice de inadimplência, aumentar os índices de recuperação de receita e, principalmente, fidelizar nossos clientes.

Operacionalmente, o sistema reproduz uma mensagem que verbaliza para o cliente a confirmação do endereço da unidade consumidora e relaciona o valor total em débitos e solicita que o pagamento seja efetuado o quanto antes para evitar ações de corte.

Do ponto de vista:

- Técnico: o sucesso na performance da ferramenta criou precedentes para novas funcionalidades, como: envio de mensagens institucionais, lembrar calendário de autoleitura, aviso pró-ativo de falta de energia ou desligamentos programados, e automatizar serviço de cobrança personalizada .
- Econômico: o novo serviço mostrou eficiência de 26% nas ações de aviso de vencimento realizadas, representando a recuperação de aproximadamente R\$ 600.000.
- Satisfação dos clientes: os clientes elogiaram muito o novo serviço, pois, às vezes, o atraso no pagamento ocorreu por esquecimento dos clientes, ainda, a ferramenta mostrou-se muito mais eficiente que o tradicional modelo de Reaviso.

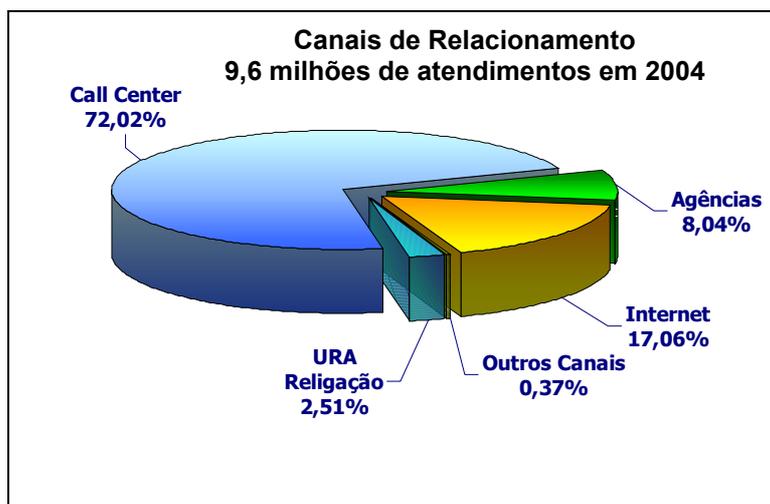
### **PALAVRAS-CHAVES**

Cobrança, URA, DISCADOR

### **INTRODUÇÃO**

Entre os Canais de Relacionamento com Cliente, o Call Center (atendimento telefônico) responde por aproximadamente 72% do total de atendimentos mensais registrados nos canais de Relacionamento disponibilizados aos clientes do grupo B, seguido pelo atendimento via Internet (site serviços, Rede Fácil e Imobiliárias), responsável por 17% da demanda, e pelas Agências de Atendimento (atendimento personalizado) que respondem por 8% dos atendimentos. Evolução

deste quadro nos últimos três anos demonstra a necessidade da CPFL Paulista continuar a desenvolver novas e a expandir as opções de canais de Relacionamento com Clientes existentes.

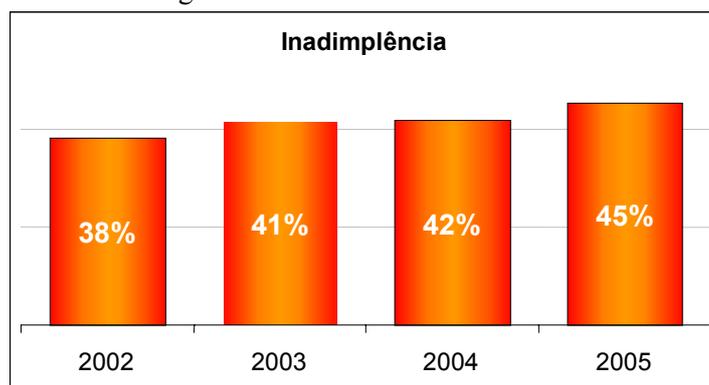


**Gráfico 1 - Relação entre os principais Canais de Relacionamento em 2004**

Para efeito de análise e gestão de resultados, classificam-se os serviços solicitados em todos os Canais de relacionamento em 5 grupos:

- Inadimplência
- Comercial
- Informação
- Emergência
- Técnico

Independentemente do canal de relacionamento utilizado, nos últimos anos observa-se a tendência de crescimento no número de atendimentos relacionados a eventos de inadimplência. Dentre os serviços que são classificados como serviços de Inadimplência, destacamos os solicitados em ordem decrescente de incidência: “Consulta a Débitos em Aberto”, Religação Urgente, Religação Normal e Segundas vias de Contas.



**Gráfico 2–Evolução do percentual de eventos de Inadimplência nos canais de relacionamento.**

Baseando-se em monitoramento, análise crítica, foco na qualidade do Relacionamento com o cliente e oportunidade de melhoria contínua, em maio de 2005 identificou-se a oportunidade de

um projeto visando a redução da incidência de serviços desta natureza e, conseqüentemente, o número de clientes inadimplentes.

Com isso, iniciou-se o projeto denominado como **AVISO DE VENCIMENTO VIA CALL CENTER – URA** que tem por finalidade contatar os clientes com contas em aberto até 30 dias e informá-los do respectivo débito e dos prazos para regularizá-lo sem o risco de receber o corte por falta de pagamento do débito vigente. Esse serviço é oferecido para o cliente utilizando-se a integração entre Dicador automático de chamadas e a URA – Unidade de Resposta Audível.

A viabilidade deste projeto teve como objetivo a satisfação dos clientes e colaboradores, otimização de processo, redução de custos, redução de clientes inadimplentes e evitar a ocorrência do processo de inadimplência, descrito na figura 1. Este processo é oneroso e pode ser caracterizado como a origem dos eventos de inadimplência em todos os canais de atendimento.



**Figura 1 – Processo de Inadimplência**

## METODOLOGIA APLICADA

- Utilização do Discador automático de chamadas para realizar a discagem e da URA para a transmissão da mensagem de cobrança;
- Priorização do débito de maior valor para a cobrança;
- Atualização da situação da cobrança via URA, visando tabular resultados;
- A eficácia da cobrança será considerada para pagamento realizado até 5 dias após a ligação.

## ESPECIFICAÇÃO TÉCNICA

### 1. SELEÇÃO DAS INFORMAÇÕES

#### 1.1. Arquivo para “Download”

O Mainframe disponibiliza diariamente, em horário pré-determinado, arquivo com UCs que atendam à condição de possuir somente 1 conta em atraso, vencida há mais de 5 dias e até 20 dias.

O arquivo é estruturado informando/constando:

- U.C;
- Data de vencimento;
- Valor em R\$ xxx,xx.

## **2. TRATAMENTO DAS INFORMAÇÕES**

### **2.1. Consolidação do arquivo**

Após o “Download” uma rotina dentro dos sistemas do Call Center acessa o arquivo citado no item 1.1. Arquivo para “Download” e acrescenta às informações já disponibilizadas, o endereço/município – que irão compor o texto da mensagem de Aviso de Vencimento ao cliente. Esses dados cadastrais de cada UC estão disponíveis em uma base de dados em baixa plataforma que foi alimentada pelos atendentes do Call Center no momento em que realizam os atendimentos e os atualizam. Este processo pesquisa em tabela específica, denominada Uctel, a existência de DDD-Telefone para as UCs constantes no arquivo carregado no processo de download. Para as UCs que constarem telefone na tabela consultada, deverá ser considerado/utilizado para discagem pelo discador, o número de telefone mais recente cadastrado e gerado dois arquivos, sendo :

#### **2.1.1 UCs sem telefone na tabela Uctel (não efetuar reaviso)**

Formato do Arquivo:

- UC

Este arquivo quando da sua existência não deverá ser utilizado para o processo de Aviso de Vencimento (discagem via discador/URA). Ele é utilizado para a avaliação da efetividade do trabalho e consistência da base de cadastro de telefones, a Uctel, conforme descrito no item 5 deste trabalho.

#### **2.1.2. UC.s com telefone na tabela Uctel (efetuar reaviso)**

Formato ao Arquivo:

- UC;
- DDD;
- FONE;
- CODIGO LOGRADOURO;
- NRº IMOVEL;
- NRº CEP;
- CODIGO BAIRRO;
- CODIGO MUNICIPIO.

PS – Todos os dados constantes no arquivo descrito acima se encontram disponíveis na tabela Uctel.

Os dados obtidos neste processamento são disponibilizados para a URA que efetua os devidos contatos com os clientes entre um intervalo de tempo definido pela gestão do Call Center, conforme demanda e disponibilidade do serviço de atendimento como descrito no item 3 deste trabalho.

## **3. PROCESSAMENTO DAS CHAMADAS**

O horário de processamento das chamadas (discagem do DISCADOR / URA) é determinado pelo DCAT – Call Center, podendo ocorrer alterações de horários e até mesmo suspensão do processamento. Isso pode ocorrer em decorrência do fluxo de chamadas recebidas pelo Call Center.

### **3.1. Critérios de processamento**

Nos casos de telefone inexistente o processamento/chamada é abortado. Para os casos de sinal de ocupado, sinal de FAX e secretária eletrônica, o sistema realiza até 3 tentativas no mesmo

dia. Caso não ocorra o sucesso da chamada (Aviso de Vencimento), reenvia-se os dados da UC para nova(s) tentativa(s) no dia seguinte não devendo ultrapassar 3 reenvios.

Após o processamento/contatos com os clientes, é gerado arquivo para gestão, conforme formato descrito no item 3.2..

### **3.2. Arquivo de Resultados do contato**

Formato:

- UC;
- DDD-TELEFONE;
- RESULTADO DO CONTATO;
- DATA;
- HORA CONTATO;
- DATA DE VENCIMENTO;
- VALOR – R\$.

Este arquivo é utilizado para medir a eficiência do serviço de cobrança via URA.

### **3.3. Geração/tipos de Sas**

Para todas as UCs contatadas com sucesso através da URA, são geradas SAs de “Aviso de Vencimento – URA” com campo observação fixo contendo data e valor da conta informada e o DDD/TELEFONE contatado.

Para os casos em que o cliente entram em contato com o Call Center em decorrência do Aviso de Vencimento efetuado pela URA, são geradas pelos atendentes SAs de “Aviso de Vencimento – Atendimento”.

## **4. GESTÃO DAS INFORMAÇÕES/DADOS.**

A gestão das informações é possível através de arquivo/dispositivo descrito abaixo:

| Período                  |                  |                    |   |                       |
|--------------------------|------------------|--------------------|---|-----------------------|
| Qtde. cobrança recusadas |                  |                    | % Eficácia (pagamento entre 1 e 5 dias após a realização da cobrança) |                       |
| telefone inexistente     | fone ocupado/fax | secret. Eletrônica | Qtde. Cobrança cód. 1   | Qtde. Cobrança cód. 2 |
| xx                       | xx               | xx                 | %   | %                     |

A reincidência e prazo para a ação de cobrança foram definidos como

- 1ª cobrança – ocorre após o 5º dia de atraso
- 2ª cobrança – ocorre após o 13º dia de atraso

Entretanto, estes parâmetros podem ser alterados possibilitando variações nesses prazos.

## **5. GESTÃO DO PROCESSO**

Através de um sistema de relatórios é disponibilizado semanalmente o dispositivo citado no item 4. Também como insumo para gestão é disponibilizado um arquivo semanal contendo as SAs (Aviso de Vencimento - Atendimento - cód : 980) geradas pelos atendentes nos casos em que o cliente entrar em contato com o Call Center em decorrência do Aviso de Vencimento efetuado pela URA.

## **6. RESULTADO / CONCLUSÃO**

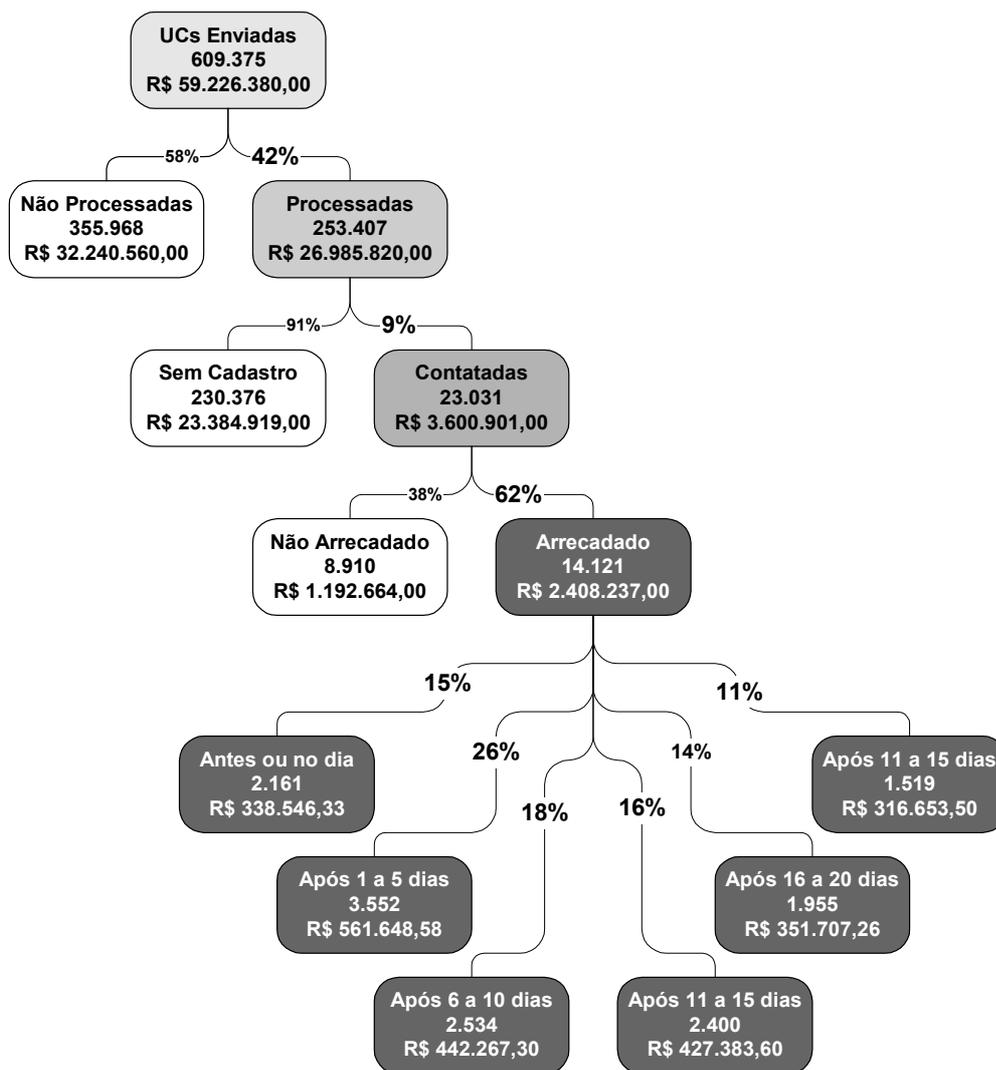
Entre os meses de abril, maio e junho de 2005, realizaram-se os primeiros trabalhos com a URA Cobrança. Durante este período, o novo sistema operou por 49 dias por cerca de 2 horas diárias de atividade.

Esta limitação de horário é necessária em função da demanda de chamadas destinadas ao Call Center. Atualmente, todas as chamadas destinadas aos 0800s são triadas pela URA. Portanto, quando o serviço URA COBRANÇA está em operação concorre com a demanda de atendimentos no Call Center, em função de utilizar-se dos mesmos canais de URA. Entretanto, a estrutura de URA é utilizada em sua capacidade máxima pela demanda do Call Center durante o HMM (horário de maior movimento) ou nos momentos de contingências por falta de energia. O HMM ocorre entre as 10:00 horas da manhã e 15:30 horas. Com isso, o horário mais adequado para realizar as ações de cobrança está compreendido entre as 16 horas e 21 horas. Por outro lado, o sistema foi criado para ser ativado e desativado, também, por intervenção humana quando necessário. Se durante a sua operação, por exemplo, ocorrerem eventos de falta de energia que comprometam a capacidade de atendimento desta demanda, os serviços de cobrança são suspensos dando prioridade para a demanda emergencial.

Durante o período de trabalho foram realizadas ações de cobrança apenas nas cidades de Ribeirão Preto e Campinas. Além disso, nem todas as UCs disponibilizadas para participarem do processo de cobrança foram utilizadas, apenas 253.407 ou 42% do total (figura nº 2). Para determinar quais as UCs seriam selecionadas para o evento, elencaram-se os maiores débitos e as cobranças seguiram a ordem decrescente.

Através deste trabalho foi possível avaliar a consistência de nossa base de dados cadastrais dos clientes, particularmente o telefone de contato do cliente. Atualmente, todas as aplicações de URA dependem do cadastro de telefones para atingir uma maior eficiência. Através do “número de A” (número do telefone chamador) identificamos a qual código de UC a referida chamada pretende solicitar um serviço ou informação. O ponto mais crítico da URA é quando se solicita ao cliente para digitar o código da UC. Através desta facilidade o cliente deve confirmar o endereço da UC ao invés de digitar o código da mesma.

No Fluxo de resultados apresentado na figura nº2 nota-se que foi possível identificar o número de telefone de apenas 9% das UCs consultadas. Os outros 91% não tinham um número de telefone disponível para contato. Este resultado revelou a necessidade de investir-se na atualização dos dados cadastrais da UC. Para isto, um acordo que está em fase de negociação com a Telefonica S/A, disponibilizará a sua base cadastral de telefones e seus respectivos endereços para que seja possível atualizar a base de dados das UCs.. Observe no gráfico nº 3 a distribuição da eficiência da ação de cobrança nos próximos 30 dias após a cobrança.



**Figura nº 2 – Fluxo de Resultado da Ação de cobrança via URA**

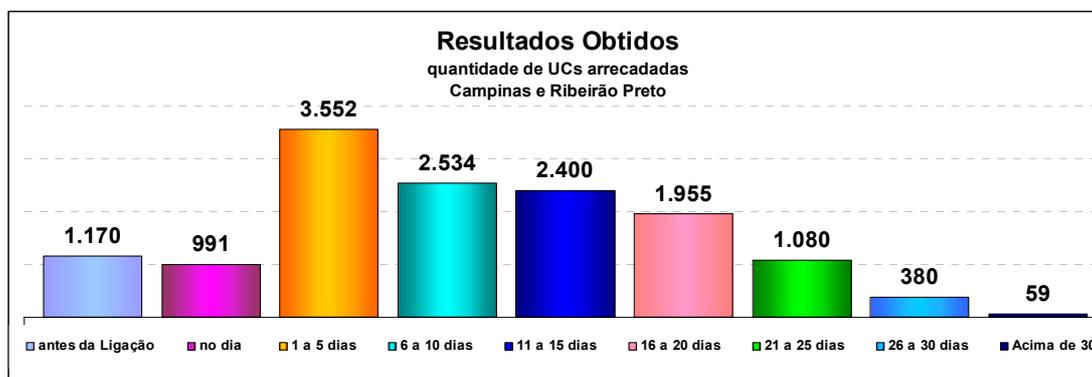
A ferramenta demonstrou sua eficiência, Dentre os clientes que foi possível o contato, cerca de 62% liquidaram o débito vigente nos próximos 30 dias após a cobrança. Isto representa um total de aproximadamente R\$ 2,4 milhões (14.121 inadimplentes) que entraram para o caixa da empresa sem que fosse preciso emitir o reaviso. Veja na figura nº 3 a seqüência de etapas após o vencimento da conta e o tempo aproximadamente decorrido até que o cliente receba o corte.



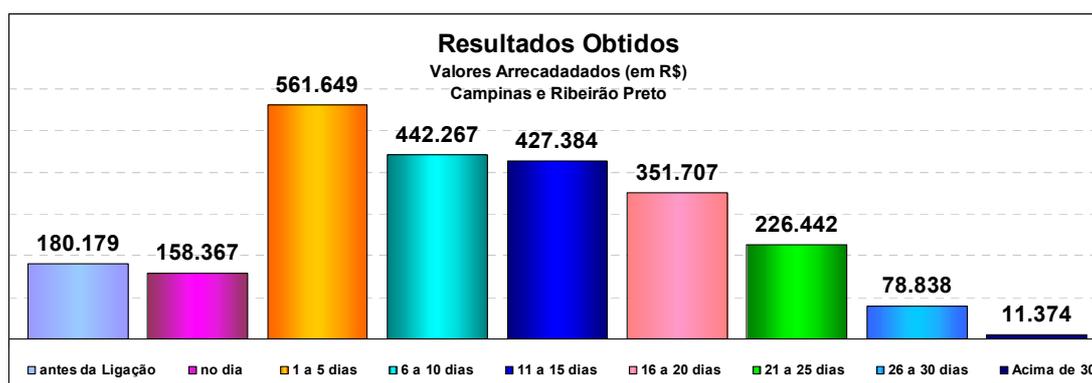
◆..... 44 Dias .....◆

**Figura nº3 – Processo de Corte por Inadimplência**

Os resultados foram medidos em intervalos subsequentes a cada 5 dias após a cobrança. Como podemos observar no gráfico nº 3 (quantidade de UCs) e no nº 4 (Valores arrecadados) os clientes reagiram positivamente. A maior incidência de liquidação dos débitos ocorreu logo após a ação de cobrança. Nos primeiros 5 dias 26% ou 3.552 clientes efetuaram o pagamento dos débitos equivalentes a R\$ 561.648,58.



**Gráfico nº3 – Quantidade de UCs arrecadas.**



**Gráfico nº4 – Valores Arrecadados.**

Outro resultado muito importante foi a manifestação espontânea de alguns clientes parabenizando a eficiência do trabalho e a preocupação da CPFL em avisá-los. Em alguns casos, consideram o serviço via URA muito mais eficaz que o tradicional Reaviso entregue através de correspondência.

Esta nova funcionalidade (integração URA X Discador) cria precedentes para outras e novas atividades de comunicação com o cliente como: mensagens institucionais, lembrar os clientes rurais das respectivas datas para autoleitura, aviso pró-ativo da ocorrência de falta de energia ou desligamentos programados, ou, ainda, automatizar serviço de cobrança personalizada através dos atendentes do call center.dentre várias outras informações que podem fidelizar os clientes CPFL e melhorar a avaliação da comunicação empresarial pelos clientes. Além disso, a ferramenta pode atender à demandas específicas de outras áreas da empresa e para campanhas para públicos específicos criados através de sistemas de CRM, por exemplo.