

**inovação**  
**inovação** Concurso Inovação na  
**inovação** Gestão Pública Federal

**Experiência:**

**POR TERRA, PELO AR, PELOS RIOS, A PREVIDÊNCIA CHEGA ATÉ VOCÊ !**

Baseado nos Projetos “O INSS vai à Comunidade” e “O INSS vai ao Shopping”

**Superintendência Estadual do INSS/RS;**

**Assessoria Estadual do INSS/RS;**

**Assessoria de Comunicação Social do INSS/MPAS no Distrito Federal;**

**Assessorias Estaduais de Comunicação Social do INSS.**

**Responsável:** Maria Lucia Olicheski Morais - Gerente Nacional do Projeto “O INSS vai à Comunidade”

**Equipe:**

- Equipe Estadual /RS: Maria Lucia Olicheski Morais, Mônica Cabañas Guimarães, Sandra Denardin
- Equipe MPAS/INSS/DF: Maria Lucia Olicheski Morais, Sandra Maria do Vale, Heliomar da Rosa Pereira, Maria Peres Alves Poty
- Equipes Estaduais: Assessorias Estaduais de Comunicação Social
- Relator: Daniel Pastório da Rosa
- Diagramador: Euris Santos Araujo
- DATAPREV: Escritórios Regionais

**Endereço:** Rua Jerônimo Coelho, 127 – 10º andar, sala 1004 - Porto Alegre/RS  
CEP 90.010-241 - Fone: (051) 228-0885 FAX: (051) 226-1522

**Data de Início de Implementação da Experiência:** Abril de 1996.

**Relato da experiência**

Esta iniciativa partiu da necessidade de chegarmos mais perto de nosso cliente, “O SEGURADO”.

Dezoito milhões de aposentados e pensionistas, quatro milhões de contribuintes individuais, outros milhões de contribuintes empregados, e todos ligados a maior seguradora do Brasil. Como atender a este público, falar de seus direitos e deveres, enfim conceder-lhes os benefícios? Na área urbana é fácil, são 1.600 agências com atendimento permanente, mesmo em cidades do interior. Mas e a zona rural? E a população ribeirinha dos grandes rios? Como chegar até eles?

Foi pensando em todas estas diversificações de público que a Previdência Social criou o Projeto “O INSS vai à Comunidade”, uma ação voluntária de equipes de servidores que se dedicam a atender, não importa a distância ou os meios de locomoção, de carro, ônibus, barco ou avião. Nós chegamos lá. Enfrentamos o frio do sul, o calor e a seca das regiões do norte/nordeste para levar atendimento, esclarecimento às populações carentes com dificuldade de chegar aos grandes centros. Prosseguindo a política de aproximação com o segurado.

Da dificuldade de expressar-se, o desconhecimento da legislação previdenciária, da

complexidade de cada caso surgiu a necessidade de um atendimento mais dedicado, personalizado. Com isso fomos repetindo as ações comunitárias, tendo em vista o alto grau de aceitação do público atingido.

Estas ações comunitárias só acontecem devido ao trabalho conjunto que as Assessorias de Comunicação Social executam juntamente com o apoio dos setores do Seguro Social, Arrecadação, DATAPREV (informática), no caso de stands em shopping ( INSS vai ao Shopping), feiras e exposições, e também setores do Instituto como Serviços Gerais, Transporte etc.

A parceria com o SESI continua em franca realização, nos estados, bem como no Distrito Federal e cidades satélites. /É a cozinha do SESI que fornece as refeições para os servidores em ação, em troca da divulgação de seus serviços através de folheteria e da logomarca “Apoio SESI” no stand.

### **Objetivos A Que Se Propõe:**

Este projeto Nacional tem por finalidade aproximar a Previdência Social do segurado, nosso contribuinte, levando atendimento, informação e esclarecimento ao usuário. Mostrando que sua contribuição não foi ou não é em vão, que existe um retorno, e que se ele não pode vir até nós, nós iremos até ele. Atender com qualidade é o nosso objetivo, tanto para a população mais carente, quanto para uma classe mais elitizada, como acontece no “O INSS vai ao Shopping”, o importante é que o segurado não precise retornar ao posto de benefício ou arrecadação para obter informações.

### **O que é considerado inovação?**

É com esta criatividade administrativa que conseguimos colocar o INSS na rua, de forma responsável, e com retorno positivo, medido não somente pela satisfação dos interesses do cidadão brasileiro, mas, também, pela realização pessoal e o profissional dos colegas que neste projeto atuam.

O trabalho de campo constitui-se também uma inovação gerencial, visto que promove a interface dos diversos setores num só objetivo.

### **Como Foi Implantada A Experiência?**

A idéia surgiu com o ingresso do INSS nas ações globais/SESI há três anos atrás. Notamos que a procura pelo stand da Previdência Social foi significativo. O atendimento a este público mais carente fez com que começássemos a realizar ações comunitárias individuais.

Relato: foi então que começaram a chegar convites para participarmos das mais variadas ações comunitárias, desde prefeituras, feiras, exposições e por fim shoppings . Muitas vezes a SAS ( Secretaria de Assistência Social ) nos convidava a participar de ações comunitárias sociais, pois as Assessorias de Comunicação Social são responsáveis por todo o material impresso do Instituto para estas atividades.

A aceitação foi tão grande que chegou a um ponto que não estávamos mais suprindo a demanda de solicitações. Foi quando recorremos a outros setores da atividade previdenciária.

- Etapas de implementação:

- 1º) Solicitação junto a administração de espaço com gratuidade.
- 2º) Contato com a DATAPREV ( dois micros, uma impressora, um modem e um funcionário para manutenção permanente ).
- 3º) Contato com as Gerências do Seguro Social e Arrecadação para cessão de quatro funcionários.
- 4º) Contato com o SESI para parceria ( já estabelecida ) no fornecimento de refeições aos servidores.
- 5º) Providenciar o transporte.
- 6º) Providenciar camisetas ou equivalente.

7º) Montagem do stand ( Diretoria de Administração Patrimonial –DAP ).

### **Concepção Da Experiência**

A iniciativa surgiu a partir da participação nas ações globais, quando observou-se a real necessidade de levar o INSS para fora de seu costumeiro habitat “o posto”.

A Assessoria de Estadual de Comunicação Social do RS resolveu colocar o projeto no papel, após observar que quase todas as Assessorias de Comunicação Social estavam tendo a mesma experiência. Foi então criado o projeto a nível nacional que hoje faz parte do Marketing Institucional do Plano de Comunicação da ACS/MPAS.

### **Clientela Visada**

O nosso público é o segurado e o contribuinte, para atingi-los, precisamos conhecer as diversificações que nele existem e nos adaptarmos à ação comunitária a ser implantada. É o caso de uma ação em zona rural, caso em que necessitamos do acompanhamento do serviço social. O mesmo não acontece no “INSS vai ao Shopping”. O importante é atender bem e com qualidade em ambos os casos.

### **Grau De Participação Dos Quadros Técnico-Administrativos**

#### **Da Clientela Ou De Possíveis Atores Envolvidos**

Ao responsável pelo projeto em cada estado cabe administrar as fases de implantação em cada ação comunitária, desde a negociação com a administração do local a ser instalado, no caso, feiras, shoppings, exposições, outros, ou mesmo com as prefeituras, se for uma ação individual da Previdência naquela cidade. A contratação, pela DAP, de uma empresa que monte o stand, o contato com a DATAPREV que nos fornecerá o equipamento e um funcionário para manutenção permanente . A atuação dos servidores selecionados para atender os clientes é de suma importância. É desses colegas que depende o êxito da ação.

### **Grau de Transparência, Grau de Responsabilização e *Accountability***

O resultado é tão positivo nestas ações, que podemos notar a satisfação do beneficiário que é o nosso público alvo. Fomos surpreendidos com elogios e agradecimentos pela idéia implantada. É uma atividade totalmente voltada ao usuário. Não há nada mais gratificante do que atender bem, não é favor, é obrigação. E é para este novo conceito de atendimento que estamos voltados.

### **Obstáculos encontrados**

Alguna dificuldade com relação a gratuidade de espaço, tanto em feiras e exposições, quanto em shoppings.

### **Recursos Utilizados**

Tratando-se de um projeto nacional nos utilizamos dos recursos das Superintendências Estaduais. A DATAPREV fica responsável pela instalação e manutenção permanente enquanto durar o evento. O responsável pelo projeto no estado solicita o espaço gratuito, faz contato com os gerentes do Seguro Social e Arrecadação para cessão de servidores. Também dispomos de nosso próprio Serviço de Transporte do Instituto, e da Assessoria de Imprensa para divulgação. É válido salientar que não são necessários recursos financeiros para realização deste projeto. Adequamos gastos extras ( alimentação de servidores e camisetas) através de parcerias como o SESI e associações de funcionários como ANASPS, ANFIP, ANPPREV, etc.

### **Relato da Situação Atual**

Esta atividade cresce à medida que, com dados estatísticos , observamos que o número de atendimentos aumenta. Salientamos que ao repetirmos uma ação comunitária algum tempo depois ( em média um ano ) em uma mesma localidade, o público praticamente dobra conforme tabela.

## Resultados Obtidos a Nível Nacional

Estados	Localidade da Ação Comunitária	Nome da Ação	Nº de Atendimentos 1997	Nº de Atendimentos 1998
Acre	Rio Branco	Ação Global	-	80
Alagoas	Capital e interior	Ações Comunitárias	430	860
Amazonas	Manaus/ Ribeirinhos	Stand da Previdência/ Ação Comunitária volante e constante nestas localidades	210	435
Amapá	Macapá	Ação Global		30
Bahia	Capital e interior	Ações Comunitárias	510	750
Ceará	Fortaleza	Ação Global	100	280
Distrito Federal	Brasília/ Taguatingas/ Santa Maria	INSS vai ao Shopping	-	780
Espírito Santo	Vitória	Ação Global e Mutirão da Ação da Justiça e Cidadania	134	199
Goiás	Goiânia	Ação Global e Feira do Comércio e da Indústria	-	50
Maranhão	São Luiz	Ação Global	1.200	1500
Minas Gerais	Capital e interior	Stands Comunitários	-	370
Mato Grosso do Sul	Campo Grande	Ação Global	-	180
Mato Grosso	Cuiabá	FEICOVAC e Ação Global	-	1051
Pará	Belém	Ação Global	-	208
Paraíba	João Pessoa	Ação Global	-	3.811
Pernambuco	Recife/ Olinda/ Caruaru Petrolina e interior	Shopping Tacaruna/ Shopping Guararapes River Shopping Center e Atenção ao Trabalho Rural	640	800
Piauí	Terezina	Ação Global	-	466
Paraná	Curitiba	Ação Global	-	3.811
Rio de Janeiro	Região Serrana	Lideranças Comunitárias e Associações	-	388
Rio Grande do Norte	Natal	Supermercados e Shoppings	-	450
Rondônia	Porto Velho e vários Municípios	Ações Municipais	-	748
Roraima	Boa Vista	Ação Global	-	65
Rio Grande do Sul	Caxias do Sul Tramandaí Pelotas/ Alvorada/ Sapiranga	Festa da Uva Ação no Litoral Ação Global e Ações Comunitárias	780	1.500
Santa Catarina	Blumenau	Ação Global	-	70
Sergipe	Aracajú	Stand no Shopping	-	310
São Paulo	Capital e interior	Feiras, Shopping, etc	-	690
Tocantins	Palmas	Ação Global	-	453

### **Mecanismos de Avaliação de Resultados e Indicadores Utilizados**

O critério adotado para medir a qualidade e a quantidade de resultados neste projeto, inclui uma tabela diária onde colocamos o número de atendimentos e as informações mais procuradas por assunto, possibilitando, assim, o acompanhamento evolutivo dos resultados. (Vide tabela-material anexo relativo ao projeto).

### **Impacto Observado na Melhoria do Ambiente de Trabalho e na Qualidade de Serviços Prestados**

De ação em ação passamos a aperfeiçoar ainda mais. A qualidade no atendimento é o ponto crucial. Quem não atende bem é desligado do projeto na hora. Por representar-mos a instituição junto a comunidade, nada mais importante que levarmos ao nosso cliente o melhor serviço e a melhor imagem.

Deve-se salientar o grau de satisfação de cada colega que participa destas ações comunitárias, são experiências muito gratificantes, o retorno é imediato.

A cada término de uma ação, a equipe agradece por escrito a todos os parceiros envolvidos.

## **EXECUÇÃO:**

### **AGRADECIMENTOS**

*Mario César Martins Fernandes* - Superintendente Estadual do INSS/RS  
*Mônica Cabañas Guimarães* – Assessora Estadual de Com. Social do INSS/RS  
*Verônica Assumpção* – Assessora de Com. Social do MPAS/INSS  
*Heliomar da Rosa Pereira* – Relações Públicas da Câmara dos Deputados

**Por incentivarem e oportunizarem a realização deste projeto colaborando na execução das ações implantadas.**