

FORNECEDORES *de* CONFIANÇA

PROVA DE FOGO

■ Segunda edição do prêmio revela que empresas estão mais críticas na hora de avaliar seus fornecedores

■ Quais os fatores que fortalecem essa relação

■ Confira as organizações que conquistaram as maiores notas de seus clientes nas categorias:

- Tecnologia
- Saúde/Odontologia
- Saúde/Planos
- Treinamento e desenvolvimento
- Recrutamento, seleção e terceirização
- Consultoria de benefícios



Bem longe da crise



Crown Odonto comemora um faturamento duas vezes maior do que o do ano passado

Pelo segundo ano consecutivo, a Crown Odonto marca presença entre os vencedores do Prêmio Fornecedores de Confiança. "O tempo de resposta para os problemas, o treinamento e a maior autonomia dada aos nossos colaboradores, para que atuem de forma proativa na identificação dos problemas e no desenvolvimento de soluções inovadoras, têm feito a diferença", acredita Walter Coriolano Junior, sócio da empresa.

A satisfação dos clientes com a Crown Odonto, empresas com diferentes perfis, de pequeno a grande porte, se concretiza em números. "Este ano, mais do que dobramos o faturamento e o número de clientes. Além disso, estabelecemos várias parcerias estratégicas", conta Coriolano Junior. Percebe-se que a crise econômica nem passou na porta da companhia. "Em 15 anos, aprendemos a conviver com as crises. Acho que é um momento bastante oportuno para provar aos clientes que o plano odontológico não é custo, mas, sim, um excelente benefício."

Parte do sucesso dos negócios da Crown Odonto em 2009 Co-

riolano Junior credita ao próprio Prêmio Fornecedores de Confiança, entregue no final do ano passado, e também ao Índice de Desempenho da Saúde Suplementar (IDSS), divulgado pela Agência Nacional de Saúde (ANS) no início deste ano, no qual a empresa recebeu a nota máxima dada uma operadora de planos de saúde. "Só podíamos ter um excelente ano", afirma o executivo.

Em relação aos planos para o futuro, Coriolano Junior faz suspense. "São fruto de nossas pesquisas, que apontaram algumas direções para melhoria de nossos serviços e que, em momento oportuno, divulgaremos", diz. Ele revela apenas que a empresa tem ciência de que a inovação é uma excelente ferramenta estratégica para a competitividade e é nela que estão investindo.

Além disso, ele diz estar bastante otimista para 2010. "Temos muito a crescer se continuarmos aprimorando nossa qualidade no atendimento, inovando com tecnologia e estreitando o relacionamento com nossa rede de dentistas credenciados", conclui Coriolano Junior.



Walter Coriolano: em 15 anos, a empresa aprendeu a conviver com as crises