

# Métricas que importam: como medir valor e impacto de um service desk além de SLA

## ➔ ARTIGO

Em muitas empresas, o service desk cumpre 98% dos SLAs e, ainda assim, o ruído interno existe, a percepção de ineficiência persiste e a área continua vista como centro de custo. O paradoxo é simples: cumprir prazo não significa gerar valor. Medir apenas tempo médio de atendimento ou taxa de SLA cumprido é medir esforço, não impacto.

Por conta disso, esse debate deixou de ser operacional e passou a ser estratégico. Frameworks como a ITIL 4 reforçam que valor é definido pela percepção do usuário e pelos resultados entregues ao negócio. Na prática, isso desloca a discussão de "atendemos no prazo?" para "qual foi o efeito real desse atendimento na organização?". É nessa mudança de pergunta que o service desk começa a se transformar de área reativa para ativo estratégico.

O primeiro ponto técnico a considerar é que métricas baseadas exclusivamente em tempo podem produzir distorções comportamentais. Estudos de benchmarking conduzidos pela HDI/MetricNet alertam que metas excessivamente centradas em duração de atendimento ou handle time tendem a reduzir a qualidade da resolução e impactar

negativamente o índice de resolução no primeiro contato (FCR). Ou seja: otimizar velocidade pode degradar efetividade. Além disso, pesquisas da comunidade de engenharia de confiabilidade do Google indicam que métricas como MTTR, quando analisadas isoladamente, apresentam limitações estatísticas importantes para decisões estratégicas, especialmente em cenários com distribuição assimétrica de incidentes. A média esconde caudas longas. Incidentes raros e críticos distorcem o indicador e podem levar a conclusões equivocadas se não houver segmentação por prioridade, impacto e contexto de negócio.

### Se SLA não é suficiente, o que deve ser medido?

O primeiro eixo é experiência. CSAT transacional – medição da satisfação aplicada logo após o fechamento do chamado, captura satisfação contextual. O Net Promoter Score, metodologia desenvolvida pela Bain & Company, mede lealdade e percepção global do serviço. O Customer Effort Score, difundido em estudos de experiência do cliente, quantifica o esforço necessário para resolver uma demanda. Esses três indicadores, quando combinados, revelam fricções invisíveis ao SLA. É possível cumprir prazo e,



**EDSEL SIMAS**  
CTO da Setrion e da MillDesk  
Help Desk Software

ainda assim, gerar alto esforço e baixa recomendação.

O segundo eixo é qualidade de resolução. O FCR (First Contact Resolution, na sigla em inglês), permanece como um dos indicadores mais correlacionados à satisfação do usuário. Taxa de reabertura, índice de escalonamento e reincidência por categoria oferecem leitura mais precisa sobre maturidade de processo e domínio técnico. Um service desk com alto volume de reaberturas pode estar fechando chamados rapidamente para cumprir prazo,

mas transferindo o problema para o usuário.

O terceiro eixo é eficiência econômica. Benchmarkings publicados pela MetricNet demonstram que organizações que alinham métricas de qualidade, produtividade e governança contratual conseguem reduzir significativamente o custo total de suporte. Custo por ticket, produtividade por analista e percentual de automação traduzem desempenho técnico em linguagem financeira. Quando esses indicadores são cruzados com FCR e satisfação, a organização consegue identificar onde investir e onde eliminar desperdício.

O quarto eixo é inteligência operacional. A evolução das plataformas de atendimento incorporou recursos de triagem automática, classificação por intenção e análise de sentimento, conforme documentado por fornecedores de soluções de suporte. A utilização estruturada desses dados permite identificar padrões de recorrência, gargalos por categoria e correlação entre sentimento negativo e determinadas áreas ou sistemas. O histórico de chamados passa a funcionar como base analítica para prevenção, e não apenas registro de atendimento.

Há ainda o componente regulatório. A Lei Geral de Proteção

de Dados define tratamento como qualquer operação realizada com dados pessoais e estabelece princípios de necessidade, segurança e responsabilização. A Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD) recomenda a elaboração de Relatório de Impacto à Proteção de Dados quando houver risco elevado no tratamento.

Em um ambiente em que tickets frequentemente contêm informações sensíveis, a consolidação de métricas precisa ocorrer com anonimização, controle de acesso e governança formal. Consolidar métricas além do SLA exige arquitetura integrada. Documentações de APIs e exportações incrementais mostram que é possível estruturar ingestão contínua de dados de chamados, auditorias e eventos. Frameworks como o OpenTelemetry permitem padronizar coleta de métricas e logs em ambientes distribuídos. Essa base tecnológica é condição para análises preditivas e detecção de anomalias.

No fim, a transformação do service desk não começa na ferramenta, mas na pergunta estratégica. Em vez de perguntar se o prazo foi cumprido, a organização precisa perguntar qual foi o efeito do atendimento sobre produtividade, risco operacional e experiência do colaborador.

# Com gelatos grátis, negócio promove encontro de adoradores de pinguins

**Em celebração ao Dia Mundial do Pinguim, a El Lato, gelateria do Sabor De Luna, irá trocar gelatos por objetos temáticos de pinguins**

## ➔ AGENDA

Comemorado no dia 25 de abril, o Dia Mundial do Pinguim será celebrado em Porto Alegre de uma maneira inusitada ou, no mínimo, curiosa. A El Lato, gelateria da rede de cafeterias Sabor De Luna, irá promover o 1º Encontro de Adoradores de Pinguins. A iniciativa homenageia o pinguim Patrício, mascote da marca de gelatos uruguaios. A El Lato irá distribuir gelatos gratuitos em

troca de objetos temáticos de pinguins, como pelúcias, estampas ou objetos. A dinâmica acontece até o fim do estoque do produto.

De acordo com os empreendedores à frente da marca, Tatiana Druck e Raul Hermann Coppetti, a ideia é transformar a data em uma experiência urbana, lúdica e participativa. Além da troca com os adoradores do animal silvestre, o evento marca a aparição do mascote da El Lato.

A ação conta com uma narrativa divertida, onde o mascote da marca teria atravessado o oceano, vindo da Patagônia, cruzado o Guaíba e chegado à capital gaúcha. Agora, outros estão a caminho de Porto Alegre. Além dos gelatos gratuitos, os participantes recebem ainda o selo de "adorador oficial" e podem participar de uma



Os gelatos da El Lato são inspirados nos sabores uruguaios

roleta de prêmios com brindes e experiências da marca. Quem apostar em looks ou fantasias criativas ganha chances extras.

**Durante a ação, os participantes também poderão contri-**

**buir com a coleção de pinguins do local, por meio da doação de itens temáticos.** Como forma de reconhecimento, cada doador terá seu nome registrado em uma plaquinha que acompa-

nhará o objeto incorporado à coleção.

A El Lato nasceu em março de 2025 como um braço da Sabor de Luna. Foram três anos de estudo para desenvolver as receitas que são feitas a partir de insumos uruguaios e argentinos. Hoje, a gelateria trabalha com sabores sazonais, mantendo entre 18 e 24 opções disponíveis diariamente.

Com investimento de cerca de R\$ 2 milhões nas duas unidades, a operação combina maquinário italiano e produção artesanal. Entre os destaques estão clássicos inspirados na cultura uruguaia, como medialuna, dulce de leche, alfajor e fruta à la crema.

O evento é aberto ao público e ocorrerá no sábado (25), das 12h às 16h, na El Lato, localizado na rua Carlos Trein Filho, nº 1220.