

QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO CLIENTE: um estudo de caso na DC-AGANORTE – Agência de Atendimento de Anápolis Norte

Amélia Fernanda Ribeiro Alves – ameliafernandaribeiroalves@gmail.com

Roberto Dib Bittar – rdbittar@yahoo.com.br

Introdução

O tema proposto neste relatório de estágio é qualidade no atendimento ao cliente, e desperta a atenção pelo fato de ter uma grande importância no cenário atual. O atendimento é um dos principais itens que deve ser evidenciado e melhorado continuamente na empresa, devido aos clientes estarem cada vez mais exigentes. Esse setor deve concentrar-se nas formas como são prestados os serviços ao cliente e buscar o aperfeiçoamento e qualificação dos atendentes. Os funcionários precisam ser qualificados e ter a atenção voltada para o cliente sempre em busca de satisfazer suas necessidades, realizando um atendimento eficaz.

A CELG Distribuição S.A. é uma empresa que atua no segmento de distribuição de energia elétrica, tendo como principais objetivos a execução dos projetos definidos no Plano de Eletrificação do Estado de Goiás e o desenvolvimento de estudos, projetos, construção e operação de redes de distribuição e linhas de transmissão, como também o comércio de energia elétrica. De acordo com o Portal CELG (2016), a empresa é a única distribuidora de energia elétrica em Goiás e detém a concessão que cobre uma área geográfica de 337.008 km², que corresponde a 99% do território do Estado de Goiás, estendida a 237 municípios, atende cerca de 2% do consumo de energia de todo o país. São 2.801.309 de clientes registrados no ano de 2015, divididos em várias classes sendo elas: residencial, comercial, industrial, rural, serviços públicos, poderes públicos e iluminação pública.

A qualidade do atendimento, para a CELG D, refere-se ao aspecto comercial, ou seja, ao trato das relações cotidianas entre os consumidores e a fornecedora de energia, esse atendimento está diretamente relacionado com as solicitações dos consumidores, abrangendo aí a cortesia, urbanidade, o tempo de atendimento às solicitações de serviços, o nível de presteza e o respeito aos direitos do consumidor. Em síntese, a qualidade do atendimento contempla a presteza e a eficiência do atendimento dispensado pela concessionária. Nesse sentido, a quantidade de consumidores que procuram o atendimento da CELG D cresce cada vez mais, daí a importância de prestar um atendimento com qualidade e agilidade, atendendo a todos os clientes de maneira satisfatória. Dessa forma, este relatório tem como foco

principal, identificar e propor melhorias no processo de atendimento atualmente praticado pela CELG Distribuição S.A, especificamente na DC-AGANORTE - Agência de Atendimento de Anápolis Norte.

Apresentação da DC-AGANORTE – Agência de Atendimento de Anápolis Norte

A DC-AGANORTE - Agência de Atendimento de Anápolis Norte - é uma das agências da CELG D e situa-se no Jaiara Shopping, localizado na Av. Fernando Costa, nº49, na Vila Jaiara, em Anápolis-Goiás e funciona de segunda a sexta-feira das 9h00 às 17h00. Em sua estrutura física, a agência contém um totem de autoatendimento, um balcão de pré-atendimento, uma central com três pontos de atendimento e também, uma sala de gerência que funciona para atender e realizar serviços internos e externos. São quatro atendentes (estagiários) nesta unidade e que são divididos em dois turnos: matutino e vespertino. A agência conta com um gerente que trabalha das 08h00 as 12h00 e das 14h00 as 18h00, que presta apoio ao atendimento em casos especiais. De acordo com dados estatísticos disponibilizados pelo gerente, são aproximadamente 2400 atendimentos mensais, dando uma média de 120 atendimentos diários. Estes atendimentos são distribuídos diariamente em atendimento normal e atendimento prioritário Considerando que são dois atendentes no período matutino e dois no período vespertino, são 30 consumidores para cada atendente.

Problema a ser estudado

A quantidade de clientes que procuram os serviços das agências de atendimento da CELG D cresceu muito, diferente da quantidade de agências e de atendentes disponíveis. Há apenas duas unidades de atendimento em Anápolis, localizadas na região centro, denominada DC-AGACE – Agência de Atendimento Anápolis-Polo e no norte, denominada DC-AGANORTE – Agência de Atendimento Anápolis-Norte, e que não conseguem assim atender de forma eficiente e satisfatória a grande demanda.

Considerando que são estagiários responsáveis pelo setor de atendimento há uma necessidade de constantes treinamentos na organização para realizar as atividades com qualidade. A quantidade de atendimentos é outro fator que gera uma multiplicidade de reclamações e também espera prolongada na agência. Essas reclamações são confirmadas ao analisar fatores como: quantidade de agências de atendimento existentes na cidade de Anápolis, número de clientes que procuram as agências de atendimento e também a distribuição de funcionários para o atendimento. Portanto, entendendo que o atendimento

causa efeitos positivos ou negativos para a organização optou-se por analisar: a qualidade do atendimento prestado aos clientes que buscam a DC-AGANORTE - Agência de Atendimento de Anápolis Norte.

Objetivo geral

O objetivo geral deste relatório de estágio II é analisar a qualidade do atendimento e propor melhorias neste processo praticado pela CELG D, especificamente na DC-AGANORTE - Agência de Atendimento de Anápolis Norte.

Objetivos específicos

- Descrever os conceitos de qualidade, serviços e atendimento.
- Descrever o atendimento prestado pela DC-AGANORTE.
- Diagnosticar o processo do atendimento.
- Sugerir melhorias para o atendimento.

Justificativa

Ao observar o atendimento prestado na CELG D, especificamente na DC-AGANORTE - Agência de Atendimento de Anápolis Norte – foi verificado a existência de falhas, o que pode interferir na qualidade desse serviço, sendo possível propor melhorias com foco nesse setor da empresa. Pela existência do monopólio que existe na distribuição de energia elétrica em Goiás, mesmo que alguns serviços e atendimentos na CELG não funcionem de forma eficiente e satisfatória, em termos de atendimento ao cliente, poderá haver bons resultados caso esses problemas sejam identificados e solucionados.

Revisão da literatura

Qualidade em Serviços

Qualidade é um conjunto de vários fatores que tem o objetivo de satisfazer expectativas e necessidades das pessoas e possui vários conceitos e definições. Segundo Kotler (2000, p. 65), “qualidade pode ser entendida como o conjunto de aspectos e peculiaridades de um bem ou serviço que proporcione a satisfação das necessidades do consumidor que os adquira”.

Kotler (2000) define os serviços como qualquer ato ou desempenho essencialmente intangível onde uma parte pode oferecer a outra. Dessa forma, os serviços podem estar

associados aos produtos, alguns podem dispensar pessoas para sua execução, outros, podem necessitar qualificação das pessoas que os oferecem.

Para Las Casas (2012, p. 63), "Os serviços profissionais exigem tratamento diferenciado porque eles são intangíveis, inseparáveis, heterogêneos e simultâneos". Intangíveis porque não podem ser tocados. Inseparáveis porque a produção e o consumo do serviço ocorrem simultaneamente. Heterogêneos porque vai depender do funcionário que está no atendimento - um determinado funcionário pode saber bem os objetivos da organização, entender suas rotinas e procedimentos, e mesmo assim, por qualquer motivo, pode passar uma má impressão da organização na qual trabalha. E simultâneos porque não podem ser dissociados do momento de sua ocorrência do momento seguinte, ou seja, o momento da recepção pelo cliente.

Segundo Las Casas (1999), serviços com qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação. A empresa deve ter o cuidado de planejar os serviços oferecidos, para disponibilizar um serviço bem feito e gerar satisfação dos clientes.

Atendimento ao Cliente

A organizações devem considerar "cliente" todo aquele que frequenta, consumindo quaisquer de seus serviços, sofrendo qualquer tipo de impacto ou influência ou mantendo qualquer tipo de contato com pessoa ou setor da empresa (MATOS, 2000).

O atendimento pode ser conceituado como a relação entre o cliente e o profissional das empresas, sendo uma das áreas evidentes nas empresas e que devem ser constantemente melhoradas. Para a empresa existir é fundamental ter a atenção voltada para o cliente para que ele continue comprando produto e/ou serviço, garantindo assim a existência e o lucro da empresa (CHIAVENATO, 2005).

Nesse sentido, Dantas (2004, p. 62), formulou o modelo ideal de atendimento conforme apresentado abaixo:

Os fatores fundamentais são: cortesia, simpatia e educação; cumprimento de promessas e ofertas; desburocratização. Satisfação a ser passada ao cliente: ele é sempre bem-vindo; seus problemas serão tratados por seres humanos; não está sendo alvo de argumentações falsas. O Profissional de atendimento: deve agir como empresa e pensar como cliente: conhecer bem a empresa e os produtos/serviços que ela oferece; Conhecer técnicas de relacionamento humano: ter capacidade e autonomia para resolver problemas; tratar cada cliente como gostaria de ser tratado. O ambiente de atendimento: limpo, bem decorado e bem sinalizado; funcional e automatizado; atendentes bem selecionados e treinados; confortável, tanto para o cliente quanto para os atendentes.

Com o intuito de melhorar cada vez mais o atendimento de seus clientes, a CELG D, desde o ano de 2015, começou a implantar a Unidade de Resposta Audível – URA, em seu atendimento eletrônico, trazendo não só modernidade e tecnologia, mas principalmente mais conforto ao seu consumidor. Logo, a melhoria do atendimento eletrônico está sendo trabalhada na CELG D, procurando sempre aumentar a sua diversificação, e maior comodidade aos seus clientes.

A CELG Distribuição S.A. dispõe de um livro de reclamações e sugestões que fica a disposição dos clientes na sala de espera do atendimento. A partir dos registros feitos pelos clientes é possível conhecer as reais necessidades em relação ao atendimento prestado pela empresa. Com isso, todos os clientes, satisfeitos ou não, que registram suas opiniões no livro recebe uma resposta da CELG D, onde são repassadas informações ao consumidor das medidas tomadas pela empresa. No entanto, tem se verificado, pelos questionamentos e reclamações, a existência de deficiências e a necessidade de melhorias na forma de atendimento ao cliente tanto interno como externo como um todo, e da Agência de Atendimento Anápolis Norte – DC AGANORTE.

Um dos problemas apresentados na DC-AGANORTE é em relação aos horários de pico e nos momentos em que os sistemas corporativos de atendimento estiverem “fora do ar” devido a falhas na rede de informação de dados. Eventualmente os sistemas corporativos podem ficar “fora do ar”, por isso a necessidade de se criar mecanismos alternativos para que seu atendimento seja feito em tempo hábil e de forma que ele possa acompanhar suas solicitações posteriormente.

Com relação ao recurso humano utilizado na CELG D, acentuam-se o quão importante é a qualificação do quadro de pessoal no perfil da empresa, pois, são os estagiários responsáveis pelo atendimento ao cliente. Dessa forma, as seguintes falhas foram identificadas no atendimento: atendentes em número insuficiente para atender a demanda; atendentes lentos ou em treinamento; falta de interesse do atendente; sistema inoperante; informação incompleta fornecida tanto pelo atendente quanto pelo cliente; falta de documentação pessoal e do imóvel por parte do cliente; burocracia na efetivação de serviços; clientes impacientes e irritados; falta de um setor de apoio ao atendimento; falta de uma central de suporte que auxilia as dúvidas técnicas e operacionais; grande número de operações ainda efetuadas somente nas agências; tempo de espera prolongado devido ao grande número de clientes; necessidade de uma pré-capacitação, para os estagiários; falta de incentivo aos estagiários por ser empresa pública.

Propostas e Sugestões

As propostas de acordo com as falhas detectadas no atendimento prestado pela DC-AGANORTE são: estabelecer uma comunicação personalizada ao consumidor; registrar, acompanhar e solucionar reclamações; coordenar a solução de problema dos clientes; controlar o processo de atendimento de forma organizada; gerenciar e administrar as solicitações de atendimento; fornecer uma central de suporte para os atendentes com o intuito de auxiliar nas dúvidas técnicas e operacionais que surgem frequentemente no atendimento ao cliente; contratar estagiários a fim de preencher as deficiências encontradas na Agência; desburocratizar os processos de atendimento; disponibilizar uma quantidade maior de serviços que podem ser realizados nas agências virtuais; agilizar o atendimento, focando nas informações e esclarecimentos de que os clientes precisam e filtrando eles desde a entrada na Agência; tratar os clientes de forma cordial e com empatia, com uma postura e comportamento adequado, levando o cliente a criar uma boa impressão sobre o atendimento; capacitar e oferecer treinamento aos atendentes proporcionando conhecimento do negócio em que atuam frente às dificuldades e situações mais complexas no relacionamento com os clientes; reajustar o salário e criar benefícios salariais aos estagiários;

Analisando as sugestões propostas concluir-se que o estagiário em estudo poderá melhorar o atendimento com as seguintes ações: manter uma postura adequada na empresa, buscando a criatividade e a inovação, sendo proativo e participativo nas rotinas que ele desenvolve; ter atitudes corretas com ética e responsabilidade, assim a conquistada confiança do cliente será instantânea, tornando o atendimento melhor; dedicar-se e estar à disposição para encarar desafios principalmente quando se tratar de clientes que estejam insatisfeitos com algum serviço prestado pela CELG D, estes merecem uma atenção especial do estagiário no decorrer do atendimento; ser dedicado e não desistir facilmente faz com que o estagiário tenha empatia com o cliente tendo discernimento no momento das negociações; comunicar-se de maneira correta mantendo a imagem profissional e o dialogo focando sempre no cliente em questão.

Conclusão

Conclui-se que a CELG D precisa compreender que atender o cliente com qualidade não se resume a tratá-lo bem, com cortesia. A prioridade das agências de atendimento da

CELGD são os seus consumidores. Nesse sentido, para alcançar a qualidade no atendimento é preciso ter habilidades com a comunicação interpessoal, passando ideias de uma maneira que todos possam entender sem causar desentendimentos providos da falha de comunicação. O *feedback* é outro elemento importante na comunicação com o cliente, é o momento em que o emissor consegue saber se sua mensagem foi captada pelo receptor.

A DC-AGANORTE deve melhorar o comportamento dos seus atendentes, oferecendo treinamentos constantes e também, deve torna-se mais eficiente em relação à qualidade dos serviços que prestam ao público, ou seja, não basta satisfazer suas expectativas é preciso superá-las. Além de aumentar o quadro de funcionários do setor de atendimento, prevenindo possíveis demoras e aumentando assim a satisfação de seus consumidores. É essencial saber identificar as necessidades objetivas dos clientes e estimular necessidades potenciais, desenvolvendo a arte de “saber ouvir”. O cliente quer atenção e também quer a solução do seu problema.

Por fim, o profissional de atendimento ao cliente da CELG D precisa adotar posturas indispensáveis para o bom desempenho de suas atividades: responsabilidade, atenção, delicadeza, organização, dinamismo, iniciativa, receptividade e busca constante de aprimoramento e atualização. É necessário que o aperfeiçoamento do setor de atendimento da CELG D seja um processo contínuo e possa direcionar a estratégia de melhoria.

Referências

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva 2005.

COBRA, Marcos. **Serviço ao Cliente**: uma estratégia competitiva. São Paulo: Marcos Cobra, 1993.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Atendimento ao público nas organizações**. Editora SENAC, Brasília – DF, 2004.

DETZEL, Denis H; DESATNICK, Robert L. **Gerenciar bem é manter o cliente**. São Paulo: Pioneira, 1995.

GODOY, Arilda Schmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. RAE - Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: Análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER K. Lane. **Administração de Marketing**. Tradução Mônica Rosenberg, Brasil Ramos Fernandes, Cláudia Freire: 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade total em serviços**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de Serviços**. São Paulo: Atlas, 2002.

MATOS, Ciomara Lobo. **Avaliação e análise do desempenho dos processos de serviços numa agência bancária**: sob a ótica de seus clientes e funcionários da linha de frente. Florianópolis 2000. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2000.

PORTAL CELG DISTRIBUIÇÃO. Disponível em: <<https://www.celg.com.br/index.aspx>>. Acesso em: 15/06/2016.

WALKER, Denis. **O cliente em primeiro lugar**: O atendimento e a satisfação do cliente como uma arma poderosa de fidelidade e vendas. São Paulo: Makron, 1991.