

**UNIVERSIDADE SANTO AMARO**

**Tecnologia em Processos Gerenciais**

**Carolina Fernandes Miglirion  
Jeniffer Ferreira dos Santos**

**PROJETO INTEGRADOR EM PROCESSOS GERENCIAIS  
I: EMPRESA COMPANHIA LTDA**

# **UNIVERSIDADE SANTO AMARO**

## **Curso: Tecnologia em Processos Gerenciais**

**Carolina Fernandes Migliorin – RA 4674332**  
**Jeniffer Ferreira dos Santos – RA 4621743**

### **PROJETO INTEGRADOR EM PROCESSOS GERENCIAIS I: EMPRESA COMPANHIA LTDA**

Trabalho do curso de Tecnologia em Processos Gerenciais da Universidade Santo Amaro — UNISA, como requisito parcial para aprovação da disciplina Projeto Integrador em Processos Gerenciais I, sob a orientação do Prof. Alberto dos Santos

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>3</b>
<b>HISTÓRICO DA EMPRESA .....</b>	<b>4</b>
<b>ANÁLISE DA PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>5</b>
<b>OBJETIVO .....</b>	<b>7</b>
<b>PROPOSTA DE SOLUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>PROGRAMA .....</b>	<b>9</b>
<b>BENEFÍCIOS, VANTAGENS E LUCRATIVIDADE .....</b>	<b>11</b>
<b>CRONOGRAMA DE ATIVIDADES.....</b>	<b>12</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>14</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>15</b>

## **Introdução**

Neste projeto iremos falar sobre a área de relacionamento ao cliente, da empresa Comunicação Ltda.

Uma área de grande importância e indispensável para o sucesso das organizações. Mas, contudo, ressaltamos a grande importância de um treinamento válido e rico em exemplos, conteúdos simplificados para o melhor desempenho nas atividades.

Até mesmo uma reciclagem se necessário, para acertos e melhorias nos pontos dados como negativo.

Teremos uma situação problema, que geralmente passamos ao tentar contato com este setor, por outro lado mostraremos uma solução, rápida e com grandes resultados para alcançarem a melhoria e continuarem com excelência no atendimento ao público.

## **Histórico da empresa**

A Companhia Ltda, foi fundada em 1995, a partir da divisão das operações de telefonia fixa e móvel da Telecom Itália. A companhia abriu o mercado internacional em 1998, quando desembarcou no Brasil com a tecnologia TDMA. Três anos depois, em 2001, já era o único grupo de telefonia móvel presente em todo o Brasil. Em 2003, lançou a tecnologia GSM e, em poucos meses, já alcançava 2.500 municípios brasileiros, uma cobertura de mais de 92% da população urbana.

Em 2009, a empresa se reposiciona pela primeira vez no mercado, ao adotar a assinatura “Você sem fronteiras”. Além disso, faz um movimento de expansão, com a compra da Intelig, adquirindo uma extensa rede de transporte de 14,5 mil quilômetros e redes metropolitanas em 15 capitais.

Telefonia móvel, fixa e acesso à internet via modem, tablet, celular, além da ultra banda larga fixa, são os serviços que fazem parte do portfólio inovador.

A operadora foi a primeira do mercado a apostar em novos formatos de ofertas como a tarifação por dia de uso para voz e internet móvel ou a cobrança mensal dos planos via cartão de crédito – e segue revolucionando o mercado, entregando mais benefícios e valores acessíveis aos consumidores. A companhia também possui soluções ideais para pequenas, médias e grandes empresas. A área de Soluções Corporativas oferece serviços fixos de voz e dados avançados para o segmento empresarial, entendendo o perfil e necessidade das corporações e trazendo mais produtividade e competitividade com economia para os clientes.

A mesma trouxe para o mercado planos de navegação mais rápidos que a média da banda larga brasileira, permitindo baixar e enviar arquivos com maior agilidade, jogar games sem travar e ver vídeos online em alta definição e em tempo real

## **Análise da Problemática**

A Comunicação Ltda orienta sua gestão de qualidade com base na experiência dos clientes. Isso é possível porque a Companhia mantém a comunicação aberta com seus usuários por meio de pesquisas de grau de satisfação e acompanha com atenção manifestações em órgãos de defesa do consumidor.

Esse monitoramento abrange as reclamações registradas no Procon, no site Consumidor.gov.br e na Anatel. Além disso, a Comunicação Ltda disponibiliza em seu site institucional informações sobre a regulamentação setorial que influencia diretamente as tarifas, planos, promoções e serviços oferecidos aos clientes, prezando pela transparência e facilitando o acesso a esse tipo de conteúdo.

Realizamos também uma Pesquisa Transacional, realizada a partir dos call centers, e capta por meio dela a avaliação imediata do usuário após contato com o atendente. Clientes da Companhia podem avaliar periodicamente os serviços também via outra aferição, a Pesquisa de Satisfação Nacional de Telefonia Móvel.

No início de 2022 a companhia notou-se um aumento na insatisfação do cliente com o atendimento prestado pela central de relacionamento, com apenas uma média de 3,95 de satisfação, uma diferença muito grande no ano anterior, que foi registrado a média de 7,46.

### **Satisfação dos clientes comprovada em pesquisas:**

- 2021 - 7,46
- 2022 - 3,9

### **Reclamações recebidas:**

Na Companhia: 11.274.525

Na Anatel: 553.358

Na Justiça: 52.661

Diante desses dados exorbitantes de reclamações, nós entendemos que há um problema e não estamos mais mantendo um padrão de qualidade conforme desejamos. Neste caso cabe à companhia analisar e buscar a origem da causa para prestar um bom suporte para que todos os setores estejam satisfeitos com as tarefas designadas.

Após entender a origem da insatisfação, será possível tratá-la. Aproveitamos os feedbacks para identificar padrões de insatisfação, ou seja, queixas recorrentes de uma mesma situação ou situações que são semelhantes.

Sendo assim a Gestão da central de relacionamento, optará por realizar um treinamento/reciclagem para assim melhorar a experiência dos consumidores, atender às demandas do negócio e encarar os desafios contemporâneos do setor de atendimento.

## **Objetivo**

A busca de soluções criativas faz com que utilizemos dos mais variados métodos de gestão e tecnologias avançadas para apuração de seus processos, de forma a reduzir custos e agregar valores aos produtos e serviços. O atendimento bem sucedido é uma das metodologias a serem utilizadas para atingir estes objetivos, com maior e imediato retorno.

A capacitação oferece a possibilidade de melhoria e potencialização de habilidades, o que pode ser fundamental para a produtividade e a capacidade de crescimento da empresa. Além disso, habilidades que antes não eram vistas podem ser descobertas, revelando novos talentos em pessoas que já fazem parte da equipe.

Por tanto o treinamento irá propor o desenvolvimento da equipe permitindo que a organização tenha aumento de produtividade, e claro a satisfação do cliente.

Seu objetivo é qualificar a equipe de modo que as entregas tenham um alto padrão de qualidade, a produtividade seja maximizada e não haja retrabalhos e reclamações por falta de conhecimentos/treinamentos.

Para isso, desenvolvem-se práticas para capacitação de colaboradores. Além de obter, por parte dos funcionários, soluções e inovações referentes aos problemas encontrados no dia a dia, a aplicação do treinamento e desenvolvimento promove o engajamento, motivação e retenção, mas há outros benefícios como: aumento da produtividade, melhoria no clima organizacional e ampliação da credibilidade da organização.

A principal finalidade do treinamento profissional é conseguir mudar e aperfeiçoar os conhecimentos dos profissionais para que eles se tornem colaboradores mais atualizados e completos conforme as exigências da empresa, deixando-os cada vez mais capacitados para o mercado competitivo e para a realização de um atendimento humanizado. Assim, iremos contribuir para elevar os resultados da empresa.

A partir do momento que os colaboradores da organização têm a sua motivação despertada e alimentada, através de um treinamento específico para esta finalidade, eles passarão a se engajar e a se comprometerem cada vez mais com suas atividades cotidianas. Com isso, o alcance de resultados se tornará muito mais acelerado, tanto para eles que fazem parte da empresa, quanto para a Companhia Ltda.

## **Proposta de solução**

A empresa tem um grande desafio em minimizar os problemas causados pela insatisfação no atendimento prestado. Por tanto os treinamentos e as ações de reciclagens profissionais para os colaboradores de qualquer área são extremamente necessárias.

Funcionários com mais conhecimento são funcionários melhores. Empresas com funcionários melhores são empresas melhores. Essa lógica precisa ser colocada em primeiro lugar na hora de pensar se vale a pena ou não investir na capacitação profissional do quadro de colaboradores. Além disso, o menor grau de rotatividade entre os funcionários e a baixa produtividade que a capacitação pode oferecer diminui consideravelmente os custos da empresa.

O processo será realizado de maneira única, para atender a necessidade de cada um.

Focaremos nas metas e objetivos traçados, sem deixar de lado os anseios, valores e crenças de cada um, o que é um processo contínuo de motivação, pois cada um buscará dentro de si a motivação, além de terem o incentivo por parte da organização, que será feita através dos líderes.

Treinamentos em foco de como tratar os clientes, pensar em sua experiência, solicitar feedbacks de melhorias, aprendizagem de como aliar o vocabulário a ética e conduta a ser tomada nas rotinas do dia a dia

Será também enfatizado mesmo que o cliente seja rude em palavras e ações, os nossos funcionários devem manter a calma e etiqueta, assim permitirá que o superior tome providências à altura do ocorrido.

Buscaremos ensinamentos de alto controle e melhor desenvolvimento pessoal e motivacional que tornará o ambiente de trabalho leve e mais feliz de se estar.

## **Programa**

Será estabelecido um programa de treinamento que será aplicado 3 vezes por semana para a área de relacionamento com o cliente, com duração de 4 horas durante o período que for necessário, pois terá que ser feito revezamento dos funcionários para que o setor continue tendo suas atividades sem interrupção.

Neste treinamento serão passadas as formas de comunicação, etiqueta, produtividade e gestão de tempo, palestras motivacionais e também inteligência emocional.

Outro ponto a ser estudado será a melhoria no processo dos relacionamentos interpessoais entre os colaboradores. Pois assim os profissionais passarão a entender que a harmonia entre todos, bem como o trabalho em equipe, são os elementos que tornam o ambiente de trabalho muito mais saudável, possibilitando, assim, que o alcance de metas e objetivos se transforme em algo fluído e fácil.

O contexto e o material didático serão de forma simplificada para o melhor entendimento e aproveitamento do conteúdo a ser estudado.

### Metas do Plano de Treinamento

- Manter o nível de engajamento dos colaboradores em pelo menos 80%
- Treinar 99% dos colaboradores

### Média de horas de treinamento, por categoria funcional 2020 2021 2022

Diretores	26	17	17
Gerentes	24	26	24
Profissionais	23	21	24
Força de vendas	27	34	36
Lojas	64	49	64
Call centers	52	67	102
Estagiários	36	20	72
Jovens aprendizes	11	6	24
<b>Média por colaborador</b>	<b>38</b>	<b>37</b>	<b>49</b>

1 Cálculo considera o total de horas de treinamento realizadas pela média de colaboradores ativos.

Os funcionários terão todo suporte e auxílio durante e depois do treinamento. Desta forma garantimos eficiência no conhecimento e satisfação de ambos os lados.

## **Benefícios, vantagens e lucratividade**

Com o treinamento/cursos aplicados a organização terá vários benefícios, entre eles: colaboradores satisfeitos e preparados, quedas nas taxas de reclamações, ambiente de trabalho produtivo, e menos estresses.

Os lucros também sofrerão reflexo, isto é, bom atendimento e acolhimento ao público, gerará mais procura pelos serviços prestados pela Companhia.

Sem tomar providências necessárias o caso atual pode se estender e seguir um rumo não muito satisfatório para a empresa. Taxas de reclamações nas alturas geram insatisfação não só para o cliente como ao colaborador.

É sabido que um atendimento não adequado é reflexo de um funcionário insatisfeito com o cargo/emprego, isso resultará em grandes perdas de mão de obra.

## Cronograma de Atividades

<b>Cronograma de Atividades</b>	<b>Mês 1</b>	<b>Mês 2</b>	<b>Mês 3</b>	<b>Mês 4</b>	<b>Total CH</b>
Orientação do Projeto Integrador	6h				6h
Pesquisa de Empresas	6h				6h
Abordagem em Empresa	4h				4h
Coleta de Dados e Informações		5h			5h
Análise de Dados e Informações		6h			6h
Consolidação dos Resultados		5h			5h
Apresentação Escrita da Pesquisa			5h		5h
Apresentação Gráfica da Pesquisa			6h		6h
Conclusões			1h		1h
Formatação do Trabalho				3h	3h
Preparação para Entrega				2h	2h
Preenchimento da Ficha de Identificação				1h	1h
Entrega do Projeto Integrador				X	-
<b>Total de Horas Destinadas ao Projeto</b>	<b>16h</b>	<b>16h</b>	<b>22h</b>	<b>6h</b>	<b>50h</b>

## **Conclusão**

Concluimos que para ter um bom profissional qualificado e satisfeito com seu cargo, é de grande importância que o mesmo seja reconhecido e estimulado positivamente para seguir exercendo com excelência suas rotinas.

Um profissional reconhecido e bem remunerado se torna empenhado a executar tarefas, a conhecer e aprender com novos desafios. Não fará corpo mole diante de um problema e dificuldade e estará disposto a ajudar assim que solicitado.

Também é de suma importância um local de trabalho leve e descontraído para tornar o dia produtivo e eficaz.

## **Bibliografia**

- <https://canaltech.com.br/empresa/tim-celular-sa>
- <https://ri.tim.com.br/sobre-a-tim/perfil/>
- <https://ri.tim.com.br/sobre-a-tim/historico/>
- <https://ri.tim.com.br/esg/social>
- [https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/4c4aa51f-1235-4aa1-8b83-  
adc92e8dacc3/d24dceab-0c9f-676b-8ec1-2183f530537c?origin=1](https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/4c4aa51f-1235-4aa1-8b83-<br/>adc92e8dacc3/d24dceab-0c9f-676b-8ec1-2183f530537c?origin=1)

## Anexos:

### Meta do Plano ESG

Reduzir em **50%** as reclamações dos clientes na Anatel do serviço móvel pessoal até 2023, com relação a 2019, sem considerar as reclamações dos clientes oriundos da base da Oi móvel.

### Resultados

Redução reclamações Anatel

2021		44%
2020		17%

### Satisfação dos clientes comprovada em pesquisas



<b>Atendimento aos clientes</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Total de ligações atendidas pelo SAC	101.158.130	74.344.021	57.836.544 <sup>1</sup>
Total de atendimentos da Ouvidoria	5.445 <sup>2</sup>	49.361	338.961 <sup>3</sup>

1. 22% de redução nos atendimentos pelo SAC, impulsionada pela evolução da URA Cognitiva e pela melhor estabilidade das plataformas de TI e da rede.  
2. Em 2019, os dados apresentados referem-se a um canal interno TIM não divulgado ao público.  
3. Aumento significativo pela criação do canal 0800 da Ouvidoria em agosto de 2020, além das ações de divulgação para os consumidores.

<b>Reclamações recebidas</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Na Companhia	13.635.181	11.274.525	7.798.822
Na Anatel	663.043	553.358	372.959 <sup>1</sup>
Na Justiça	111.423	52.661	43.731

1. 33% de redução nas reclamações na Anatel em relação a 2020, graças à efetividade de solução nos canais internos (SAC e Ouvidoria).

<b>Reclamações solucionadas</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021<sup>1</sup></b>
Na Companhia	101,79%	100%	99,32%
Na Anatel	99,63%	90,95% <sup>2</sup>	93,6%
Na Justiça	79%	182,58%	163,08%