

AVALIAÇÃO DE CLIENTES PARA A MELHORIA DO ATENDIMENTO EM UMA AGÊNCIA DOS CORREIOS - SOB A ÓTICA DA GERÊNCIA DE PROJETOS

Cristiane Rodrigues da Silva; Andrea Ferreira; Cristiane Rodrigues da Silva; Rosane Martins Neves; Marcelo Deppa; Adelmari do Rocio Czelusniak; Andrea F. Ferreira; Rosane Martins Neves; Marcelo Deppa
FACEAR - Faculdade Educacional de Araucária, Araucária - Paraná

Frederico Antonio Turra (Orientador)
FACEAR - Faculdade Educacional de Araucária, Araucária - Paraná

Em um mercado com dezenas de ofertas para cada tipo de produto ou serviço, quem tem papel fundamental, no sucesso das empresas é o cliente. Para serem efetivas em seus mercados, as empresas buscam novas formas de gestão, vivendo em permanente estado de mudança. Cada mudança requer um projeto novo, ou seja, um esforço temporário que tem por finalidade produzir um produto ou serviço com características peculiares que o diferenciam de outros. O presente artigo relata os resultados de uma análise de valor junto aos clientes de uma agência dos correios da cidade de Araucária-PR, com o objetivo de propor melhorias do atendimento. Através de um diagnóstico inicial do leiaute existente e da funcionalidade dos serviços, foi constatada a necessidade de um aumento do espaço físico da agência. Durante este estudo evidenciou-se as dificuldades atuais enfrentadas pela agência devido ao aumento do volume de atividades e clientes, originadas por uma parceria realizada para prestação de outros serviços. Constatou-se com relação aos clientes: o aumento das esperas em relação à postagem das correspondências e a falta de um espaço físico adequado que melhorasse a circulação e que os abrigasse adequadamente. Foram abordados os aspectos do gerenciamento de projetos sobre a mudança da estrutura, como mecanismo de controle sobre variáveis influentes no processo, tais como: custos, prazos e qualidade. Por meio de uma técnica específica que relaciona o espaço físico pelo nº de habitantes e de uma pesquisa de opiniões, aplicada nos clientes, foi possível encontrar algumas propostas de melhorias, que puderam ser aplicadas no projeto de mudança proposto pela agência. Dentre os aspectos considerados relevantes destacamos: que 85% dos clientes consideraram entre bom e ótimo a "mudança para um novo local" e 15% responderam negativamente. Quando questionados sobre a "ampliação da agência" obteve-se 100% da aceitação, ou seja, é necessária a ampliação no que diz respeito para o cliente. Com respeito ao "atendimento" obteve-se um índice de 65% entre bom e ótimo, contra 35% de insatisfação. Demonstrando, dessa forma, a importância e a necessidade de se integrar as expectativas e as percepções dos "Stakeholders", nos processos de implantação de mudanças, orientando para a formação de uma estrutura adequada de atendimento, visando a excelência nos processos de negócios das organizações.

crsilva2403@pop.com.br; turra@superiq.com.br