



FARN

LIGA DE ENSINO DO RIOGRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO
DO RIO GRANDE DO NORTE

Fábio Augusto Pinto da Costa

ESTRATÉGIAS DE ATENDIMENTO PARA A CAERN
Regional Natal Sul

NATAL-RN
2007

FÁBIO AUGUSTO PINTO DA COSTA

ESTRATÉGIAS DE ATENDIMENTO PARA A CAERN
Regional Natal Sul

Monografia apresentada à coordenação do Curso de Graduação em Administração da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador:
Jannes de Freitas Valente, M.Sc.

NATAL – RN
2007

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Costa, Fábio Augusto Pinto da

Estratégias de atendimento para a CAERN: regional Natal Sul / Fábio Augusto
Pinto da Costa. – Natal: FARN, 2007.
38f.

Orientador: Jannes de Freitas Valente (M. Sc.)

Monografia (Bacharelado em Administração de Empresas) – Faculdade
Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Atendimento ao Cliente – Monografia. 2. Estratégia de Atendimento –
Serviço Público – Monografia. I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 658.56:35



FÁBIO AUGUSTO PINTO DA COSTA

ESTRATÉGIAS DE ATENDIMENTO PARA A CAERN
Regional Natal Sul

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte e aprovada em ____/____/2007, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Jannes de Freitas Valente, M.Sc
Orientador

Josué Vitor de Medeiros Junior, M.Sc
Membro Examinador

Karina de Oliveira Costa Bezerra
Karina de Oliveira Costa Bezerra, M.Sc
Membro Examinador

NATAL – RN
2007

AGRADECIMENTOS

“ Quero agradecer em à especial três pessoas, que sem a ajuda delas, eu não teria chegado tão longe, o que muitos duvidavam. Primeiramente, agradeço a Deus, agradeço a Ele, por ter me dado um anjo que me deu a vida, pela qual lutei desde que abri os olhos. Agradeço a minha mãe por está sempre do meu lado, por ter lutado comigo desde que eu nasci, também agradeço uma pessoa chamada Anna Delma. Se eu cheguei até aqui, não foi sozinho, eu sou o que sou, graças a essas três pessoas. ”

Quero Agradecer ao meu orientador professor Jannes de Freitas Valente e aos meus colegas Raphael Vianney, Leonardo Ramos, Leonardo Dantas e Tarcisio Galisa.

RESUMO

O presente trabalho monográfico tem por finalidade estudar as estratégias de atendimento para a Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte (CAERN), regional Natal-sul, abordando o comportamento do consumidor diante as estratégias de atendimento utilizadas pela companhia que presta serviços de abastecimento de água, manutenção e construção de redes de esgotos. Foram utilizados como instrumentos de pesquisa questionários fechados aplicados em 137 dos consumidores dos serviços da empresa, sendo utilizado um universo de 1.133 questionários com a intenção de identificar os problemas oriundos de falhas no sistema de atendimento da CAERN, regional Natal-Sul, e apontar soluções para otimizar esse serviço gerando assim, a satisfação do cliente como também a melhor utilização dos recursos disponibilizados pela empresa, sejam eles oriundos dos recursos humanos ou da estrutura operacional da empresa. Os resultados demonstraram a necessidade urgente de serem realizados investimentos desde a área de atualização e treinamento de recursos humanos, passando pela melhoria do serviço de manutenção dos equipamentos existentes, até a aquisição de equipamentos com maior grau de modernidade, capazes de fazer frente ao aumento da demanda dos serviços prestados pela CAERN.

Palavras chave: atendimento; consumidor; investimentos.

ABSTRACT

The present monographic work has for purpose to study the strategies of attendance for the Companhia de Águas e Esgotos do estado do Rio Grande do Norte (CAERN), regional Natal-Sul, approaching the behavior of the consumer ahead the strategies of attendance used by the company that gives services of water supply, maintenance and construction of nets of sewers. They had been used as research instruments closed questionnaires applied in 137 of the consumers of the services of the company, being used a universe of 1.133 questionnaires with the intention to identify the deriving problems of imperfections in the system of attendance of the CAERN, regional Natal-Sul, and to point solutions to optimize this service thus generating, the satisfaction of the customer as also the best use of the resources disponibilizados for the company, they are deriving they of the human resources or the operational structure of the company. The results had demonstrated the urgent necessity to be carried through investments since the update area and training of human resources, passing for the improvement of the service of maintenance of the existing equipment, until the acquisition of equipment with bigger degree of modernity, capable to make front to the increase of the demand of the services given for the CAERN.

Keywords: attendance; consumer; investments.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Solicitação/reclamação de serviços junto a CAERN.....	18
Gráfico 02: Quantidade de reclamações realizadas por cada consumidor.....	19
Gráfico 03: Tempo gasto pela CAERN para atender a reclamação do consumidor.....	19
Gráfico 04: Avaliação da qualidade do serviço prestado pela CAERN pelos consumidores consultados.....	20
Gráfico 05: Avaliação do atendimento prestado pelo funcionário da CAERN/RNS pelo consumidor.....	21
Gráfico 06: Avaliação da eficiência do 0800 pelos consumidores consultados.....	21
Gráfico 07: Aferição do nível de comprometimento do funcionário da CAERN/RNS pelos consumidores consultados.....	22
Gráfico 08: Aferição da satisfação da solução dada pela CAERN ao problema reclamado.....	23
Gráfico 09: Determinação do gênero dos consumidores reclamantes da CAERN...	24
Gráfico 10: Aferição da faixa etária dos consumidores reclamantes junto a CAERN.....	24
Gráfico 11: Aferição do estado civil dos consumidores reclamantes junto a CAERN.....	25
Gráfico 12: aferição do grau de instrução dos consumidores reclamantes junto a CAERN.....	26
Gráfico 13: Apresentação da média da renda familiar dos consumidores reclamantes junto a CAERN.....	26

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	4
1.1 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA.....	4
1.2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA E SEU AMBIENTE.....	5
1.3 OBJETIVO.....	6
1.3.1 Geral.....	6
1.3.2 Específicos.....	6
1.4 JUSTIFICATIVA.....	6
2 REVISÃO DA LITERATURA.....	8
2.1 QUALIDADE NO ATENDIMENTO NO SERVIÇO PÚBLICO.....	8
2.2 ESTRATÉGIA DE ATENDIMENTO	12
3 METODOLOGIA.....	15
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	15
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA	16
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	17
3.4 ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS.....	18
4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	18
5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	28
REFERÊNCIAS.....	30
APÊNDICE.....	32

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA

Os consumidores da CAERN, Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte, revelam com frequência sinais de insatisfação com os serviços prestados pela empresa. O que gera essa insatisfação aos consumidores parece ser a falta de atendimento das suas solicitações de serviços a serem executados pela empresa. Essa situação fica ainda mais difícil devido à falta da estrutura necessária para responder de forma eficaz às reclamações de avarias na rede de esgoto que serve a cidade do Natal.

A repercussão do período das chuvas na população da cidade causa um aumento considerável na demanda dos serviços prestados pela empresa. Em alguns casos, alguns serviços são suspensos, mesmo quando estes são necessários na solução de determinados problemas. Essas situações parecem escapar do controle dos funcionários encarregados em solucionar situações de urgência. Nesse contexto, começam a surgir manifestações de insatisfação promovendo por vezes comportamentos negativos nos consumidores.

De fato, não são poucos os clientes que se deslocam até a empresa para realizar a sua reclamação e registrar queixa. Em muitas situações, mais parece uma catarse onde toda a frustração e aborrecimentos dos consumidores são descarregados naquele momento. Alguns consumidores mais exaltados ameaçam a empresa com uma possível convocação da imprensa para tornar público os problemas que a população está enfrentando e que deveriam ser solucionados pela CAERN.

Esse deslocamento ocorre mesmo a CAERN dispondo de um serviço de atendimento ao cliente com ligação não tarifada, que funciona em horário comercial. Cabe frisar que esse serviço de atendimento também se torna um alvo frequente das reclamações dos usuários. Isso faz com que estes consumidores tenham o seu nível de aborrecimento ainda mais elevado, pois estes precisam se deslocar até a empresa para realizar a sua reclamação, quando o atendimento é realizado na própria CAERN.

Há também consumidores mais contidos. Alguns são dotados de um forte controle sob as suas emoções e, portanto, conseguem expressar a sua insatisfação

sem alterações. Outros apesar de menos controlados não se deixam levar pelas emoções geradas pelo momento de aborrecimento frente à dificuldade do atendimento da sua solicitação de serviço.

Por sua vez, há uma parcela considerável de consumidores inadimplentes, que solicitam os serviços que se fazem necessários em sua residência. Esses consumidores não têm o seu pedido negado, mas, são convidados a negociar sua dívida com a empresa. Essa negociação repercute em grande parte nas dificuldades estruturais da empresa. Baseado nestes fatos coloca-se a seguinte questão de pesquisa:

Quais ações a Caern deve promover no sentido de gerar satisfação nos seus clientes através do seu atendimento?

1.2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA E SEU AMBIENTE

A CAERN é uma empresa estatal da administração indireta que presta serviços de abastecimento de água, manutenção e construção de redes de esgotos no Estado do RN. São realizados serviços de manutenção da rede de abastecimento de água como troca de encanamentos, seguindo um plano de ação previamente autorizado pela diretoria da empresa. Também são realizados, esses com maior frequência, os serviços de conserto da rede de abastecimento de água, mediante reclamação de usuários. Quanto à construção de redes de esgoto, há uma determinação por parte da empresa em aumentar a oferta desse serviço no Estado do RN, porém, é um trabalho que avança a passos lentos e com inúmeros momentos de paralisação das atividades.

A empresa foi fundada em junho de 1969 pelo então governador do Estado MONSENHOR WOLFREDO GURGEL, tendo como o seu primeiro presidente o engenheiro Moacyr Tavares Rolim. A CAERN surgiu devido ao estabelecimento do Plano Nacional de Saneamento, PLANASA, que necessitava de uma estrutura com flexibilidade administrativa e financeira para captar recursos para obras de saneamento. Através da coordenação da SUDENE que aprovou a quarta etapa do PLANO DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO NORDESTE o governador monsenhor Walfredo Gurgel assinou a lei de criação da CAERN em 1969.

A empresa realiza treinamento com agentes de saúde a fim de capacitá-los para a realização de trabalhos educativos na comunidade sobre o sistema condominial de esgotos. Existem também treinamentos de professores para desenvolverem em sala de aula os temas de água e esgotos. São realizadas também reuniões educativas e mobilizações comunitárias cujo objetivo principal seria discutir de maneira participativa as questões pertinentes ao saneamento básico mostrando a importância dos cuidados necessários e a necessidade da preservação ambiental. Esses trabalhos sociais acontecem na cidade do natal, especialmente nos bairros da Cidade da Esperança, Nazaré, Mãe Luiza e Dix-Sept Rosado e nas cidades do interior do Estado quais sejam Mossoró, Jucurutu, Macau e Floriania.

1.3 OBJETIVO

1.3.1 Geral

Promover ações no sentido de gerar satisfação aos clientes da Caern através do atendimento.

1.3.2 Específicos

- a) Levantar o perfil do cliente da Caern;
- b) Analisar a percepção dos clientes da Caern quanto ao serviço prestado;
- c) Sugerir estratégias de atendimento para a Caern.

1.4 JUSTIFICATIVA

A importância desse trabalho será mostrar aos diversos segmentos da sociedade, da comunidade acadêmica e à própria empresa, a relevância de ser conhecedor dos meandros do funcionamento do serviço de atendimento da CAERN, como também, as suas implicações na melhoria da qualidade do atendimento prestado a coletividade, reduzindo assim a insatisfação do cliente. O melhoramento desse atendimento implicará em apontar soluções para a otimização desse

departamento na própria empresa, e como são satisfeitas as necessidades do consumidor que procura os serviços oferecidos será o objeto de estudo desse trabalho. O bom relacionamento entre a empresa e o consumidor é de primordial importância para a aferição dos serviços prestados a comunidade. A CAERN tem desenvolvido um programa de melhoramento nessa área, porém, seria salutar para a empresa ter o conhecimento da realidade atual no que se diz respeito ao grau de satisfação dos seus clientes que inevitavelmente reflete no seu comportamento. Esse diagnóstico possibilitará a empresa realizar tomadas de decisões que trarão melhorias acentuadas na realização das suas atividades.

Estando a CAERN de posse desse diagnóstico e, tendo tomado as devidas atitudes, o primeiro canal da sociedade a ser beneficiado será o consumidor que contará com um atendimento de qualidade e assim terá as suas necessidades atendidas com mais satisfação.

Para a comunidade acadêmica, será oferecida uma oportunidade de vislumbrar o funcionamento do sistema de atendimento ao consumidor de um órgão público, as necessidades tanto do consumidor que procura o serviço quanto da empresa para dar solução aos problemas apresentados por eles e como esta situação poderia ser melhorada, reduzindo assim, a ansiedade provocada por um atendimento não eficiente ao cliente dessa empresa.

São aspectos a serem abordados no presente trabalho de pesquisa que beneficiarão estes três segmentos da população envolvidos diretamente com a CAERN.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. QUALIDADE NO ATENDIMENTO NO SERVIÇO PÚBLICO

Existe, no mundo de hoje, uma grande necessidade para satisfazer as necessidades dos clientes nos mais diversos setores do mercado, inclusive no serviço público, no qual se percebe um maior número de reclamações a respeito do atendimento prestado a população pelos seus funcionários. Vale salientar que no serviço público o interesse maior é o coletivo diferente do setor privado onde impera o interesse individual de cada cidadão.

Chiavenato fala da “incrível variedade de oportunidades de melhoria e desenvolvimento no setor público e que não são nem adequada nem longinquamente aproveitados.”. Diz-nos também que “a sociedade brasileira requer novos conceitos de prestação de serviços públicos e a máquina estatal não está respondendo a esses anseios nacionais”.

Na iniciativa privada, as empresas lançam mão de instrumentos que possam se adaptar a realidade do mercado, aos seus consumidores e a fazer frente a sua concorrência cada vez mais acirrada. É nesse momento que surgem os paradigmas do “erro zero”, “melhoria contínua” e o “foco no cliente” com bastante propriedade.

A empresa privada incorpora o melhor dos seus concorrentes até mesmo para ultrapassá-los, busca conhecer os líderes das empresas concorrentes para conhecer as suas habilidades e seus pontos fortes e fracos e conhecer a fundo os seus pontos fracos, nos ensina Chiavenato.

No serviço público, estas disposições que regem o mercado simplesmente não existem. Para DEMING (1990, p.5): “Na maioria das repartições públicas, não há um mercado a ser buscado. Ao invés de conquistar um mercado, uma agência governamental deveria prestar, de forma econômica, o serviço prescrito pela legislação vigente. O objetivo deveria se destacar por serviço bem executado”. O que normalmente acontece são as pressões decorrentes da necessidade de se obter o equilíbrio fiscal e a diminuição de custos que se origina no modelo captador de recursos da sociedade. Assim, dá-se início a uma disputa árdua e diária pela utilização dos recursos oriundos dessa fonte.

Além disso, o funcionário se ocupa apenas em realizar unicamente a sua tarefa como ele aprendeu no momento em que ingressou no serviço público. Isso também acontece na empresa privada. A diferença está em “o conformismo não existe nas empresas privadas bem sucedidas” segundo Chiavenato. O funcionário deverá se esforçar para realizar a sua tarefa cada vez melhor e focar o seu trabalho na satisfação do cliente, além de cumprir as metas estabelecidas pela empresa.

Chiavenato fala a respeito da qualidade total como “uma verdadeira revolução no pensamento administrativo, porque os departamentos de controle de qualidade e os sistemas formais de controle é que detinham e centralizavam totalmente esta responsabilidade.” As empresas passaram o “controle a cargo das pessoas envolvidas – solto, coletivo, solidário e descentralizado.”

Fica então estabelecido o desafio onde os controles deverão dar ênfase maior aos resultados e menor aos aspectos legais e análises de aderência. Cabe frisar que os responsáveis pelo gerenciamento deste programas são bem mais lentos do que seriam na iniciativa privada e até em algumas ilhas de eficiência dentro do serviço público, e, portanto, a sociedade estará vivendo realidades distintas quando se deparar de um lado com algumas organizações públicas modernizadas administrativamente falando e outras ainda presas nas teias da burocracia e suas práticas tacanhas.

A qualidade precisa ser administrada e o funcionalismo deverá ser intensamente treinado e ser responsabilizado pela qualidade. Eles devem ser capazes de tomar decisões sem depender de consultas ao seu superior, segundo Chiavenato. Infelizmente, a maioria dos programas de treinamento visa preparar o funcionário para produzir mais e melhor, sem levar em conta que essa prática pode ser um meio de transformação e desenvolvimento dos indivíduos que dela participam.

Dessler (2003) mostra que algumas mudanças já ocorreram no treinamento das empresas, pois, atualmente, treinamento pode também significar educação complementar onde os trabalhadores seriam treinados para a formação de equipes, tomada de decisões e capacidade de comunicação.

Para Macian (1987), o treinamento, por ter sentido educacional, deve ser encarado como troca de experiências e como processo de mudanças em direção ao crescimento pessoal, propiciando conseqüentemente, o desenvolvimento da organização. Segundo Goulart Junior (1999), nos contextos de trabalho, faz-se

necessário o estabelecimento de políticas de educação e aprendizagens contínuas, sensibilizando os trabalhadores e a própria organização para a cultura do aprender a aprender.

O atendimento ao público seja em que segmento do mercado se desenrola, é um estudo complexo, pois engloba os sujeitos que expõem as suas necessidades e a instituição onde todo o processo acontece, pois a sua estrutura e objetivos são fundamentais para o bom andamento do processo, já que com isso, a empresa pode facilitar ou não a solução final do caso, ou seja, alcançar a satisfação do cliente.

O processo de atendimento ao público é um processo resultante da sinergia de diferentes variáveis: o comportamento do usuário, a conduta dos funcionários envolvidos (direta ou indiretamente), na situação, a organização do trabalho e as condições físico-ambientais/ instrumentais. Tais fatores funcionam como propulsores desse processo, alimentando a dinâmica de transformações externas e internas das situações de atendimento sob a base de regulações permanentes. (FERREIRA, 2000, p.16)

Fica claro que a qualidade de serviço de atendimento ao público, depende da interação de variantes diferentes que vão desde a postura do funcionário designado para essa tarefa, passando pelo perfil e pela expectativa do consumidor até as condições ambientais e de funcionamento dos instrumentos de trabalho disponíveis na repartição pública.

Em Qualidade no Serviço Público, a questão da qualidade no atendimento não é assunto exclusivo da iniciativa privada. Ela é uma preocupação também da administração pública, onde o Governo Federal já conta com uma norma sobre o assunto, o Decreto No 3.507, de 13 de junho de 2000, que Dispõe sobre o estabelecimento de padrões de qualidade do atendimento prestado aos cidadãos pelos órgãos e pelas entidades da Administração Pública Federal direta, indireta e fundacional, e dá outras providências. (Medeiros, 2001)

Trata-se do início da normatização deste assunto, pois logo no artigo 1º o Decreto diz que.

Ficam definidas as diretrizes normativas para o estabelecimento de padrões de qualidade do atendimento”, enquanto o artigo 2º Diz que os referidos padrões “deverão ser observados na prestação de todo e qualquer serviço aos cidadãos-usuários; avaliados e revistos periodicamente; mensuráveis; de fácil compreensão; e divulgados ao público. (MEDEIROS, 2001)

Para Medeiros (2001), as repartições públicas precisam estabelecer padrões de qualidade no atendimento prestado à população. Pode-se elencar, pelo menos, a atenção e o respeito no tratamento dispensado ao usuário, o tempo de espera para o atendimento, os prazos para o cumprimento de serviços, o protocolo para atender as reclamações, a identificação dos servidores públicos, a sinalização visual do ambiente e até mesmo o conforto e o cuidado com a limpeza nas dependências deste ambiente de trabalho. Cabe frisar que atenção, respeito e cortesia deveriam ser uma condição básica presente na educação do funcionário público, mas o que encontramos são, na maioria das vezes, funcionários públicos desatenciosos e incapazes de dispensar ao usuário o tratamento adequado. Essa realidade, porém, faz parte do dia a dia da sociedade e não será através de decretos que será alcançado um serviço público de qualidade. O servidor público deve ser sensível às necessidades dos cidadãos por mais extravagantes que sejam. Lidar com o incomum deve fazer parte da rotina do funcionário público, para que o objetivo de um serviço de excelência seja alcançado.

Para termos um atendimento público de qualidade, fica claro a necessidade de observar a postura dos funcionários envolvidos e a satisfação dos clientes atendidos. Para eles, se faz indispensável tratar bem este usuário, pois mesmo que ele não tenha obtido o que desejava, sairá da repartição pública com a imagem positiva da empresa. Daí a necessidade da empresa oferecer com certa frequência, cursos voltados para a melhoria da qualificação dos seus profissionais, pois estes funcionários deveriam permanecer em um processo de aprendizado.

Dessa forma pode-se chegar à conclusão que os servidores públicos devem entender que os usuários desses serviços ficam satisfeitos quando as suas dúvidas são esclarecidas, que tratar com respeito e cortesia, ou seja, com humanidade ao seu semelhante fará bem a todos, e principalmente, que ao agir dessa forma, o servidor estará zelando pelo patrimônio público, exercendo a sua função com dignidade e isenção. Ele precisa entender que o atendimento é mais do que lidar com problemas, segundo Medeiros (2001).

Podemos ter um atendimento público de qualidade. Inicialmente devemos pensar no relacionamento com o cliente onde a postura dos funcionários envolvidos e a conseqüente satisfação dos clientes deverá ser avaliada.

Isso seria a definição de qualidade no atendimento. Em tais termos para MOURA (1999,p.68), "qualidade é definida como sendo a conformidade entre o que se produz com aquilo que o cliente quer, de modo que suas expectativas sejam superadas e sua satisfação alcançada".

Para Medeiros (2001), é pertinente observar que os funcionários envolvidos no atendimento ao público, deverão estar sempre em processo de aprendizado já que a qualidade do serviço está relacionada com a qualidade de formação profissional desses sujeitos. Em relação a isso, Ângelo; Giangrande (1999,p.57-73), afirma que *"em muitos casos, o problema não é com o treinamento, nem com o funcionário". A "questão é que não há consistência entre o discurso feito no treinamento e as ações praticadas na loja"*

Dessa forma, segundo Medeiros (2001), faz-se necessário que os funcionários estejam sempre dispostos a defender a empresa e disponíveis para atender os clientes dentro das normas estabelecidas pela própria empresa. Se não existe uma articulação entre as expectativas do funcionário e da empresa, não se conseguirá um serviço com qualidade nem executado com satisfação. O atendimento com qualidade se fará com o serviço sendo executado de forma padronizada e eficiente. É necessário que haja clareza de objetivos de atendimento pela empresa onde se possam ver as atribuições dos funcionários mantendo, porém, preservada a sua autonomia para não cair na armadilha de um atendimento mecanizado onde o funcionário se livra de fazer algo especial, apenas cumpre as normas estabelecidas pela empresa.

2.2 ESTRATÉGIA DE ATENDIMENTO

Segundo Monti (2003), a qualidade é uma estratégia de atendimento, sendo assim uma estratégia, é necessário colocar em primeiro lugar o cliente, e dessa forma observar o conjunto de sentimentos do cliente, pois a satisfação dele é o que irá garantir o presente e o conseqüente futuro da empresa. Atendimento realizado com indiferença aos problemas do usuário, será sempre considerado um atendimento de má qualidade.

Para isso, é necessário utilizar o poder e a informação para se ter um conhecimento prévio das necessidades, expectativas e ansiedades que estão na mente do cliente. É importante destacar que são as pessoas que estão envolvidas

com a empresa, ou seja, os seus funcionários, que detém certo conhecimento sobre os produtos ou serviços que a sua empresa está disponibilizando para a venda, gerando assim para eles a responsabilidade de atender as necessidades e expectativas dos clientes, criando então, um atendimento de qualidade.

Monti (2003) também fala que para se alcançar um atendimento excelente, é importante que a empresa estabeleça pontos a serem seguidos por todos os seus funcionários, desde o cargo executivo principal, até o cargo mais simples na estrutura organizacional. Tudo isso deverá para ser seguido tendo como base os exemplos das empresas que obtiveram sucesso, como a Disney, a Starbuck, a Nike entre outras, segundo o mesmo autor.

Há, entretanto, segundo Monti (2003), uma situação problema bastante atual fruto da nova economia: deveremos andar de forma não planejada e não sustentável ou então mudamos.

Monti (2003), também cita Peter Senge, que devemos recordar ressaltando que " a nova lógica fará com que as empresas mudem, seguindo o ciclo de todos os sistemas vivos que são produzir, reciclar e regenerar. Basta de extrair, produzir, vender, usar e descartar". Ele comenta que em alguns segmentos já podemos verificar uma nova filosofia nas mudanças, como é no caso da saúde, que já as pessoas já buscam cada vez mais, tratamentos médicos alternativos.

A problemática da qualidade do atendimento permeia todas as empresas, seja no serviço privado ou no serviço público. Itens importantes no atendimento como atenção, respeito e cortesia a serem dispensados aos usuários bem como o tempo de espera para ser atendido, as providencias a serem tomadas para que as reclamações sejam atendidas, a forma de identificação do funcionário responsável pelo atendimento, as instalações e a sinalização do ambiente onde o usuário deve se dirigir para realizar a sua reclamação, são imprescindíveis para que o estabelecimento de um padrão de atendimento ao público seja considerado de boa qualidade.

Com um pouco de observação, pode-se notar que tanto momentos de qualidade com aqueles em que não há qualidade, estão sempre acontecendo a nossa frente. Encontram-se funcionários que são praticamente autômatos, uns que não largam o telefone, aqueles que tratam o cliente com o mais absoluto descaso. Existem ainda situações nas quais, ao ver se aproximar o momento de encerramento do expediente, o funcionário se torna ansioso e passa a demonstrar

ao cliente a aproximação do fim do expediente e isso muitas vezes se reflete na falta de comunicação de dados importantes que redundará em prejuízo.

Segundo Medeiros (2003), desde o ano de 2000, mais precisamente, 13 de junho de 2000, o Governo Federal já dispõe de uma norma sobre o assunto, o decreto número 3507, que “Dispõe sobre o estabelecimento de padrões de qualidade do atendimento prestado aos cidadãos pelos órgãos e pelas entidades da Administração Pública Federal direta, indireta e funcional e dá outras providências.”.

O respeito ao cidadão começa pela conscientização do servidor público de que este não é um inimigo. E, por mais absurdos que possam parecer as suas reivindicações, todas devem merecer atenção e respeito. Isso seria um exercício de profissionalismo por parte daqueles que se propõem a trabalhar no serviço de atendimento ao público. Segundo Freitas (2006), os desafios para chegar a excelência no atendimento a cliente são muitos, e as empresas, na era da globalização, com a valorização humana as invoca a uma nova geração de empresas e de consumidores, o que culmina na necessidade de aperfeiçoar produtos, serviços e o atendimento a essa nova realidade.

Segundo Gil (2002);

Tem como objetivo primordial a descrição das características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas características está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.

Destacam-se também na pesquisa descritiva aquelas que visam descrever características de grupos (idade, sexo, procedência etc.), como também a descrição de um processo numa organização, o estudo do nível de atendimento de entidades, levantamento de opiniões, atitudes e crenças de uma população, etc.

Também são pesquisas descritivas aqueles que visam descobrir a existência de associações entre variáveis, como, por exemplo, as pesquisas eleitorais que indicam a relação entre o candidato e a escolaridade dos eleitores.

3.1.3 Estudo de Caso

Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.

Caracterizado por ser um estudo intensivo. É levada em consideração, principalmente, a compreensão, como um todo, do assunto investigado. Todos os aspectos do caso são investigados. Quando o estudo é intensivo podem até aparecer relações que de outra forma não seriam descobertas. (FACHIN, 2001, p. 42).

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

3.2.1 Universo

É o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum. Sendo N o número total de elementos do universo ou população, ele pode ser representado pela letra latina maiúscula X

Segundo Silva e Menezes (2001, p.32), " população (ou universo da pesquisa) é a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características definidas para um determinado estudo ".

O universo é composto por 1.133 usuários da CAERN que procuraram o serviço de atendimento. O universo foi determinado tomando por base o total da média mensal dos seis últimos meses do ano de 2006.

3.2.2 Amostra

E uma porção ou parcela, conveniente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo. Sendo n o número de elementos da amostra, esta pode ser representada pela letra minúscula x .

Segundo Silva e Menezes (2001, p.32), " amostra é parte da população ou do universo, selecionada de acordo com uma regra ou plano. A amostra pode ser probabilística e não-probabilística. "

A amostra foi calculada com o erro de 8% da sua determinação, e com grau de confiabilidade de 95%, perfazendo o total de 137 questionários.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Neste trabalho de pesquisa foi utilizado um questionário fechado. O questionário aberto são perguntas feitas onde o usuário é livre para responder aquilo que quer, já o questionário fechado são perguntas realizadas onde o usuário dispõe de alternativas de múltipla escolha para respondê-las, no questionário estruturado foi disposto de questionários onde encontra-se perguntas nas quais os usuários tem alternativas de múltipla escolha para responder e também encontramos perguntas onde o usuário é livre para responder o que desejar e no questionário semi estruturado, encontra-se características dos questionários aberto, fechado e estruturado.

3.4 ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS

Após o recolhimento dos resultados da pesquisa através da leitura dos questionários, os dados coletados foram analisados e demonstrados através de tabelas e gráficos.

Tratamento de dados, segundo Vergara (1998, pág.100), " refere-se aquela seção na qual se explicita para o leitor como se pretende tratar os dados a coletar, justificando porque tal tratamento é adequado aos propósitos do projeto. "

4. DESCRIÇÃO E ANALISE DOS DADOS

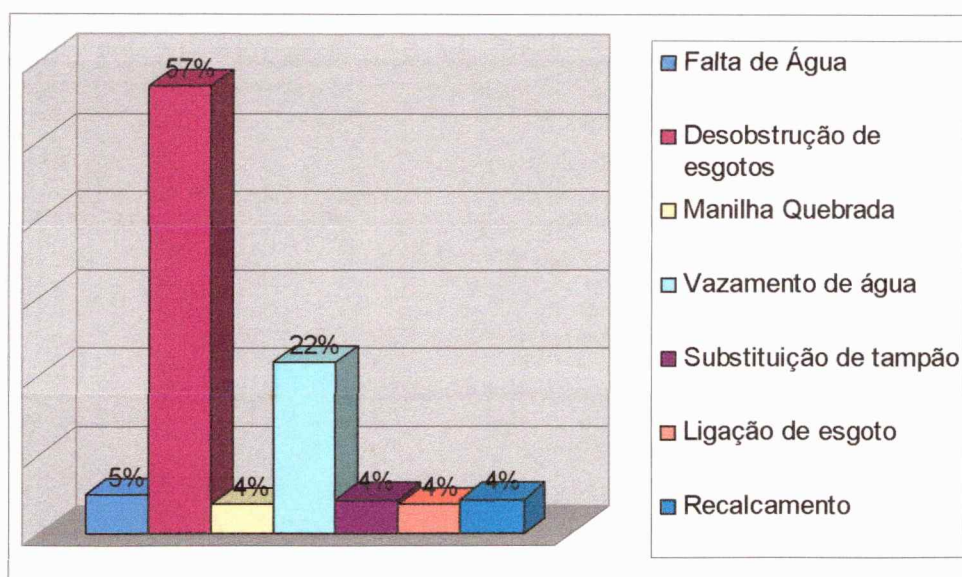


Gráfico 01: Solicitação/reclamação de serviços junto a CAERN.

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

Neste gráfico, fica claro que a solicitação por serviços de desobstrução de esgotos alcança o patamar de 57%, ou seja, mais da metade das solicitações de serviço. Somando todas as solicitações, chega-se ao patamar de 43% que não atinge o percentual obtido pela solicitação de desobstrução de esgotos.

O segundo colocado é a solicitação de serviços de conserto de vazamento de água, com 22%. Então se pode observar que a CAERN tem a desobstrução de esgotos como um dos serviços mais solicitados.

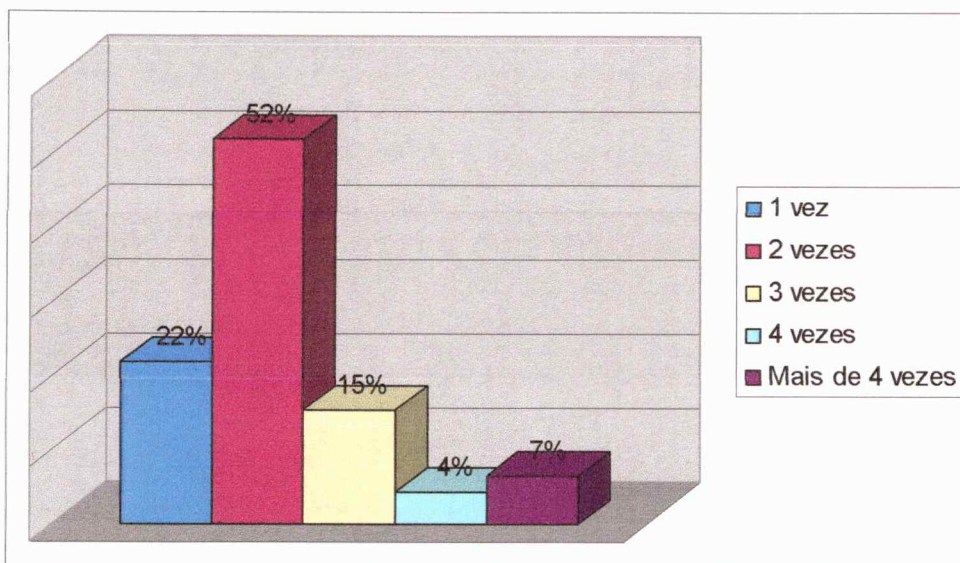


Gráfico 02: Quantidade de reclamações realizadas por cada consumidor.
Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

Nesse gráfico, observa-se que 52% dos consumidores da CAERN, precisaram reclamar duas vezes para que a sua solicitação fosse atendida. Pode-se, porém notar que 22% dos entrevistados tiveram a sua solicitação de serviço atendida após uma única reclamação. Aqueles que precisaram reclamar entre três ou mais de quatro vezes, ocupou um percentual de 26% dos usuários da companhia. Fica claro então, que a CAERN encontra dificuldade para dar atenção aos seus usuários, porque os próprios usuários necessitam reclamar repetidamente para que a empresa resolva o seu problema.

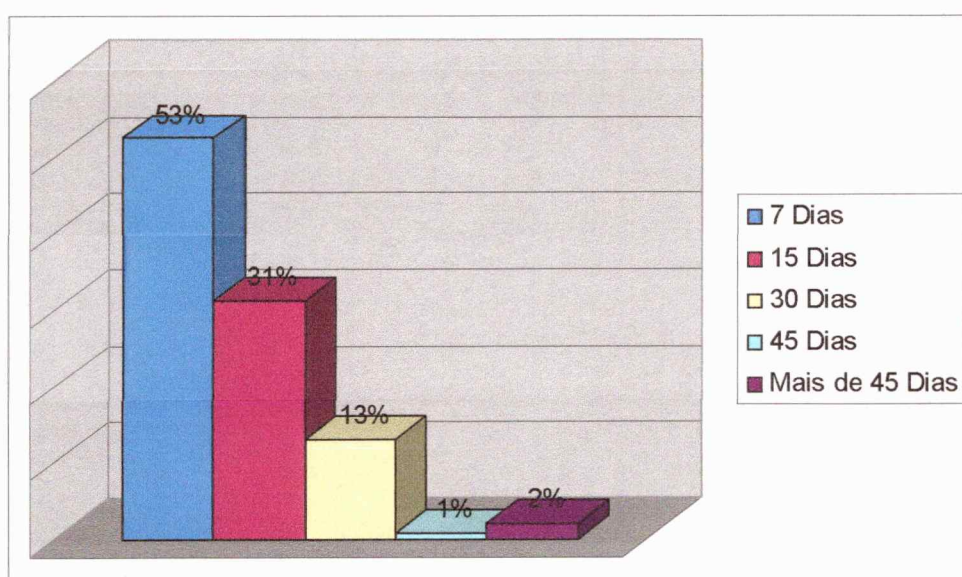


Gráfico 03: Tempo gasto pela CAERN para atender a reclamação do consumidor.

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

No terceiro gráfico fica claro que a CAERN demora em média sete dias para atender as reclamações da maioria dos seus consumidores, alcançando o patamar de 53% obtido na pesquisa. Na segunda posição vem o patamar de 31%, ocupado pelos usuários que têm a sua reclamação atendida em um prazo de quinze dias. Cabe frisar que existe uma margem expressiva de 13% demonstrada no gráfico, de usuários convivendo com uma demora de trinta dias para ter a sua reclamação atendida pela CAERN. Fica claro então que eles tem ainda tem que conviver com uma demora de 7 dias, podendo até chegar a 15 dias de espera.

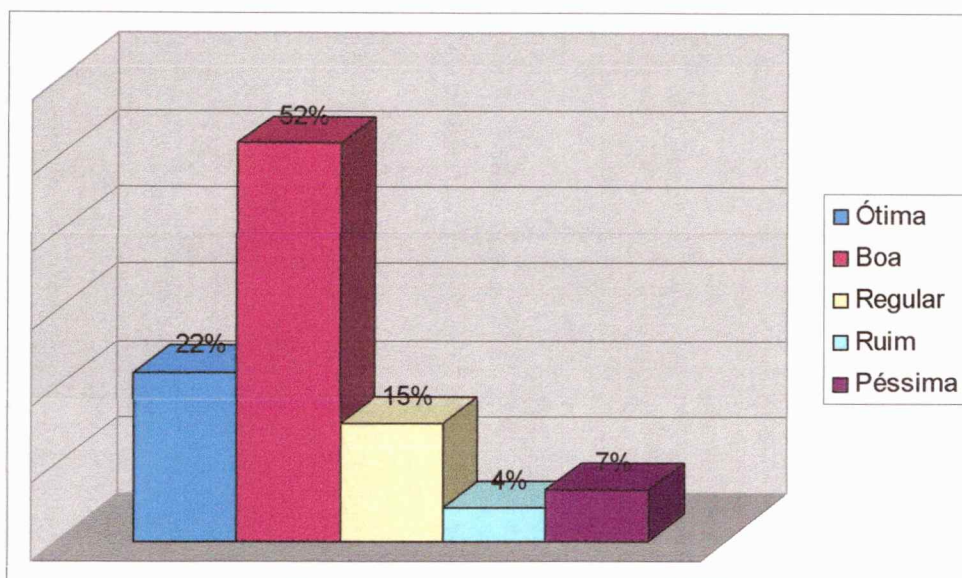


Gráfico 04: Avaliação da qualidade do serviço prestado pela CAERN pelos consumidores consultados,
Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

De acordo com esse gráfico, nota-se que 52% dos consumidores da CAERN avaliam o serviço prestado como bom seguido por 22% considerado ótimo. Os percentuais que indicam como regular, ruim e péssimo, ocupam 26% dos entrevistados. Por outro lado, os usuários da CAERN, gostam da qualidade do serviço prestado pela a empresa, sendo assim um ponto positivo para a CAERN, porque uma vez que a empresa executou uma solicitação de um usuário, dificilmente a empresa retornará a executar novamente uma solicitação do mesmo serviço para aquele usuário.

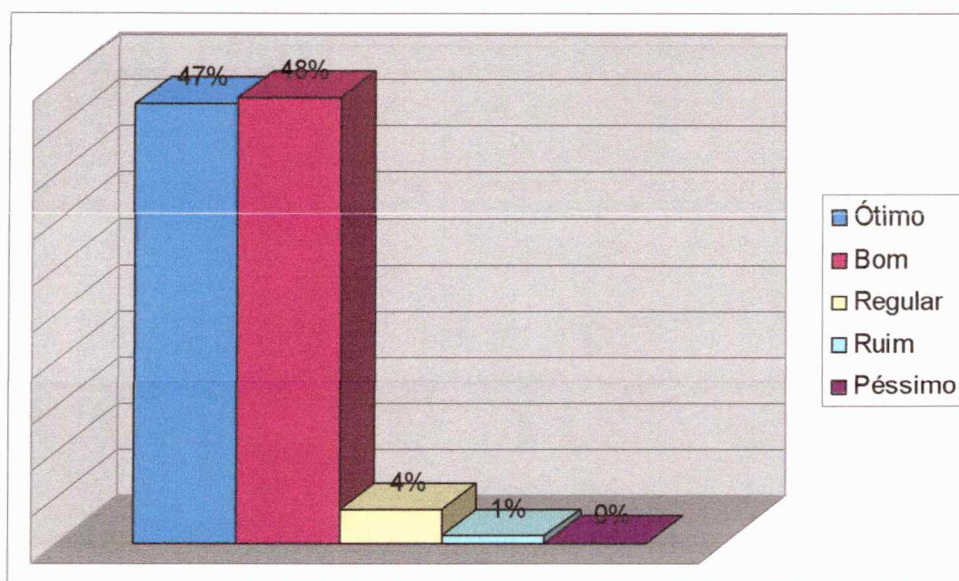


Gráfico 05: Avaliação do atendimento prestado pelo funcionário da CAERN/RNS pelo consumidor.

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

Neste gráfico, observa-se que há um equilíbrio entre ótimo e bom totalizando 95% dos usuários entrevistados que denotam satisfação com o serviço de atendimento prestado pelo funcionário que os atendeu. Já em relação ao atendimento prestado pelo funcionário da CAERN que recebeu a reclamação do usuário, pode-se observar que este funcionário está preparado para desempenhar a tarefa que lhe foi dada, sendo este mais um ponto positivo para a empresa.

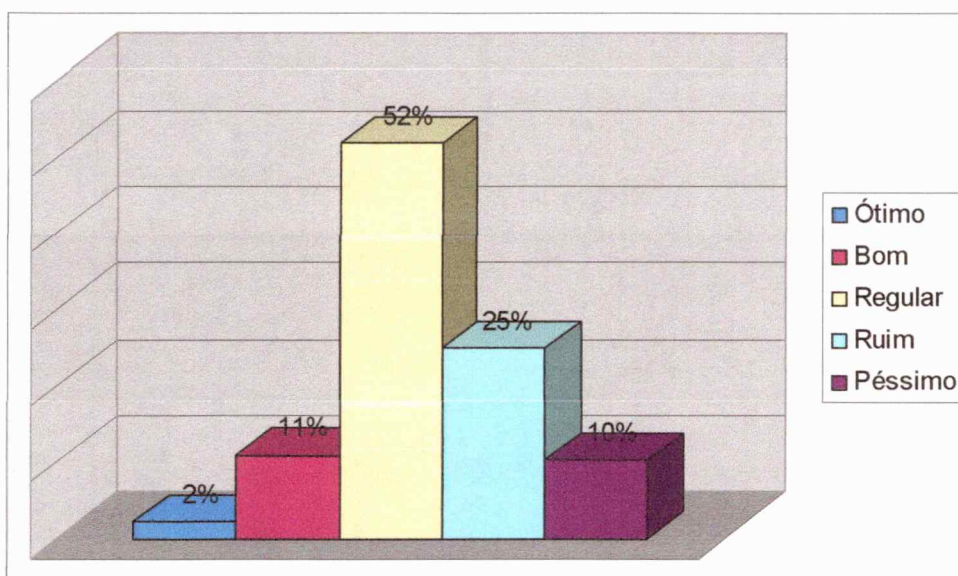


Gráfico 06: Avaliação da eficiência do 0800 pelos consumidores consultados.

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

No sexto gráfico, a grande maioria dos consumidores da CAERN, 77% deles, avalia a eficiência do atendimento gratuito do 0800 como regulares ou ruins. Isso mostra que o consumidor não está satisfeito com o atendimento gratuito da CAERN.

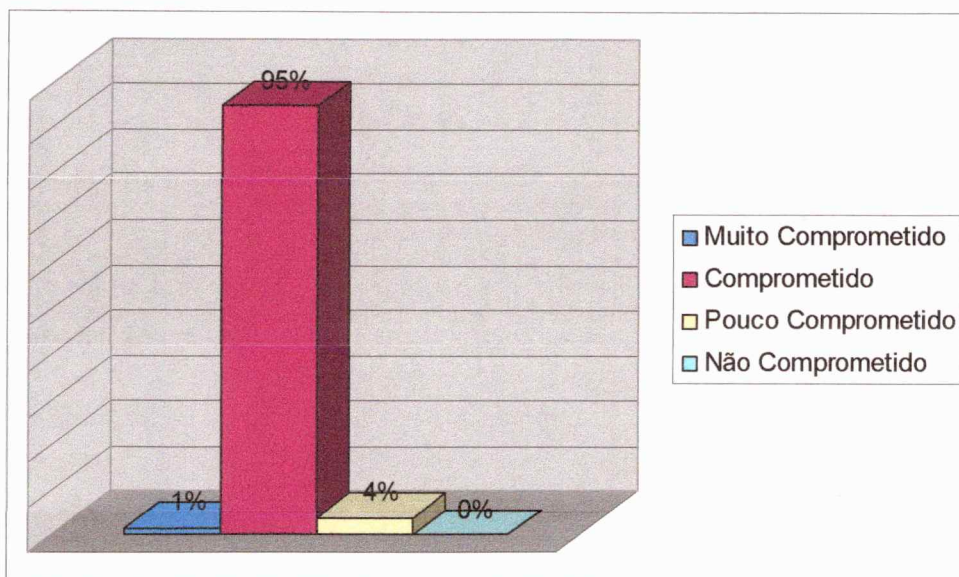


Gráfico 07: Aferição do nível de comprometimento do funcionário da CAERN/RNS pelos consumidores consultados.

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

Neste gráfico observa-se que os consumidores da CAERN se mostram satisfeitos com o comprometimento dos funcionários da CAERN, pois esse item alcançou 95% dos consumidores entrevistados. Essa satisfação do usuário da CAERN com os seus funcionários ocorre porque a empresa oferece o padrão das condições de trabalho que o funcionário necessita para executar o seu trabalho.

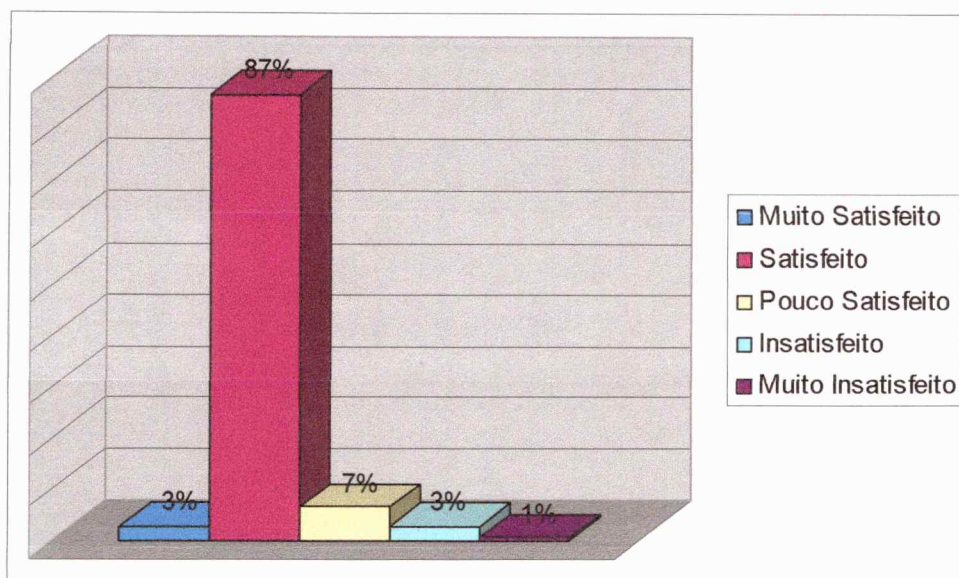


Gráfico 08: Aferição da satisfação da solução dada pela CAERN ao problema reclamado.

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

Neste gráfico, observa-se que o consumidor da CAERN mostra-se satisfeito com a solução dada pela companhia a sua reclamação. Esse percentual alcançou o patamar de 87%. Fica claro que o consumidor está satisfeito em relação à solução da sua reclamação por parte da CAERN, porque como foi avaliado anteriormente no gráfico quatro, se a CAERN oferece certa qualidade nos serviços prestados, estes serviços foram considerados de boas e ótimas qualidades, então se conclui que o consumidor da CAERN está satisfeito, pois a CAERN atendeu prontamente a sua reclamação.

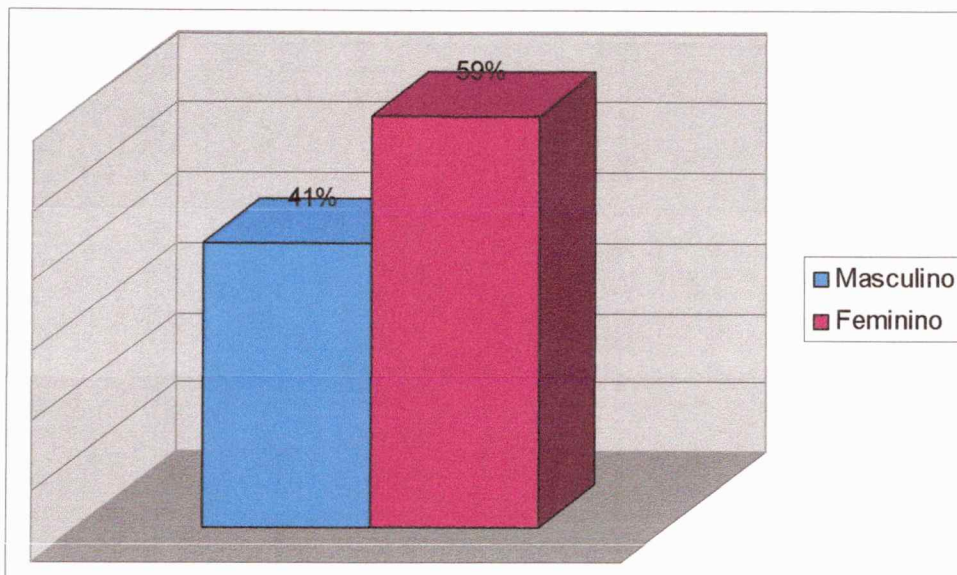


Gráfico 09: Determinação do gênero dos consumidores reclamantes da CAERN.

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

Em relação ao sexo, de acordo com o gráfico observa-se que há uma diferença mínima entre os consumidores reclamantes do sexo masculino com 59% das reclamações realizadas e 41% do sexo feminino. Então sendo assim, vê-se que tanto mulheres como homens solicitam os serviços prestados pela a CAERN.

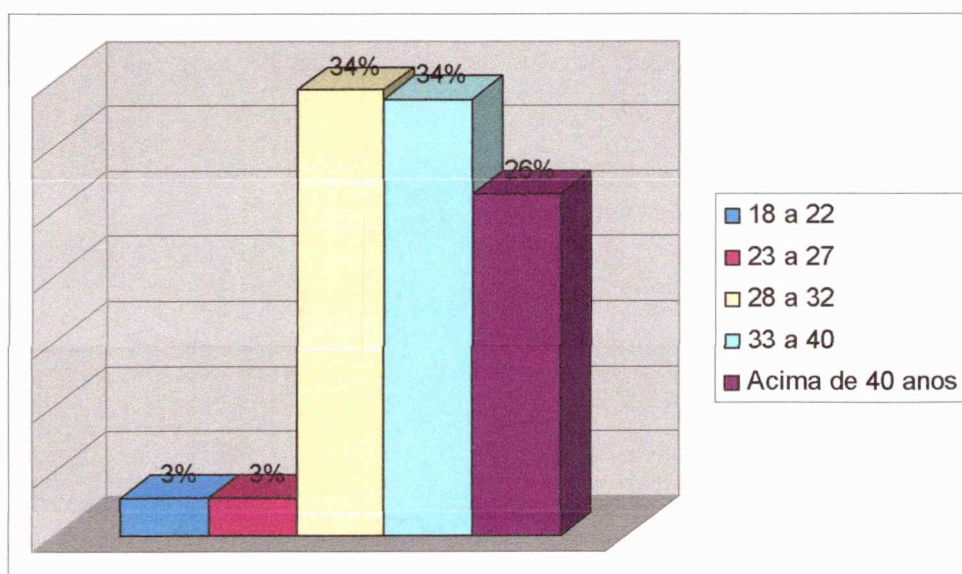


Gráfico 10: Aferição da faixa etária dos consumidores reclamantes junto a CAERN,

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

O resultado desse gráfico mostra que a faixa etária dos consumidores que realizam a maioria das reclamações da CAERN varia de 28 a 40 anos de idade ocupando 68% dos usuários entrevistados.

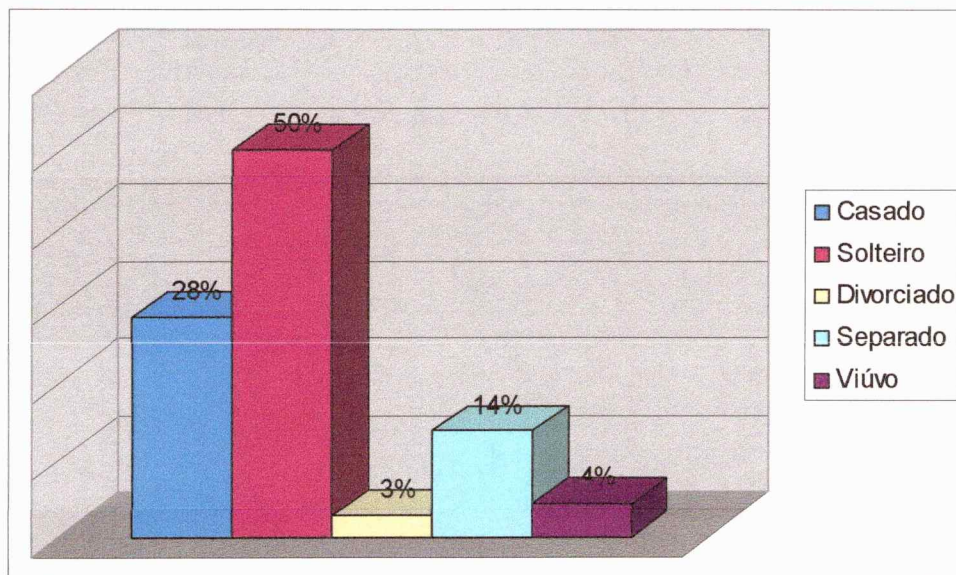


Gráfico 11: Aferição do estado civil dos consumidores reclamantes junto a CAERN.

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

Os resultados desse gráfico mostram que a metade dos consumidores reclamantes da CAERN se encontra solteiros, ocupando o percentual de 50% seguido dos casados que ocupam 28% dos entrevistados.

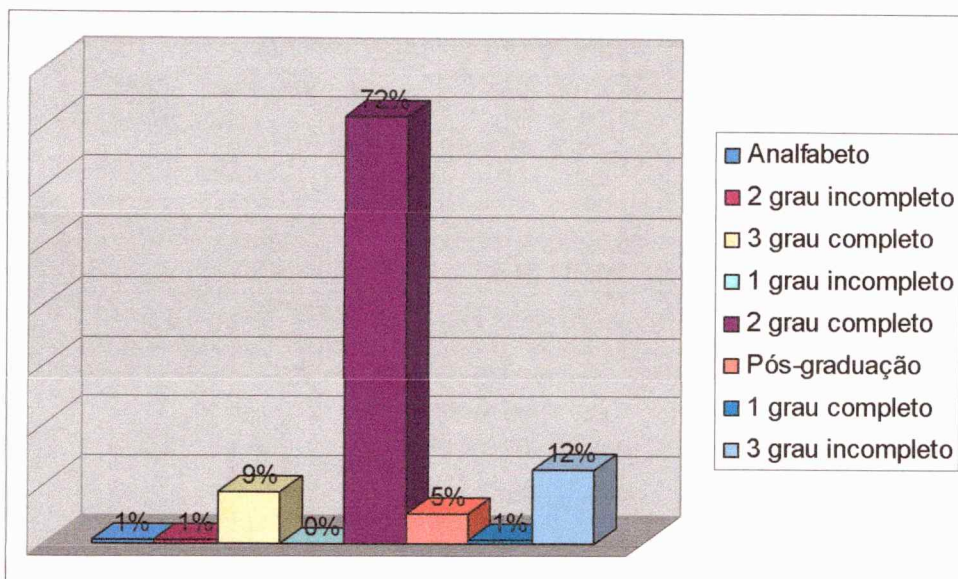


Gráfico 12: aferição do grau de instrução dos consumidores reclamantes junto a CAERN.

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

Neste gráfico os resultados mostram que a grande maioria dos consumidores da CAERN tem o 2º grau completo, ocupando 72% do total de consumidores entrevistados.

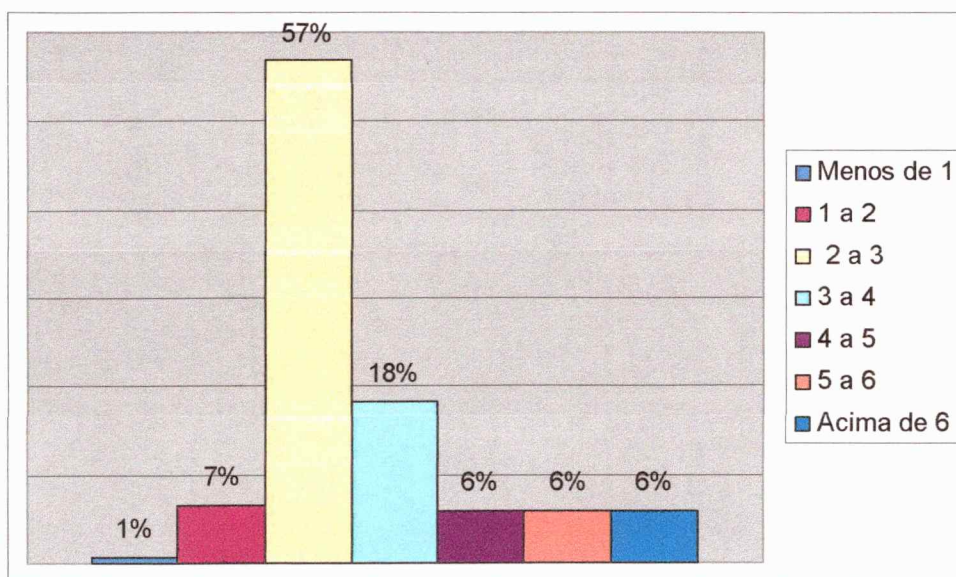


Gráfico 13: Apresentação da média da renda familiar dos consumidores reclamantes junto a CAERN.

Fonte: Questionário, do tipo fechado, aplicado.

Nesse gráfico os resultados mostram que a grande maioria dos consumidores da CAERN ganham em torno de 2, a 3 salários mínimos. Eles ocupam a faixa de 57% dos entrevistados.

5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O presente trabalho de pesquisa objetivou demonstrar o grau de satisfação do usuário da CAERN, regional Natal Sul, em relação ao atendimento prestado por esta empresa à população. Os aspectos pesquisados mostraram onde está localizado fontes de reclamações dos usuários, o seu grau de satisfação com a empresa e com os funcionários que o atenderam, o tempo e a quantidade de vezes que este consumidor despendeu recorrendo a CAERN para a resolução da sua necessidade, além de delimitar o perfil deste consumidor.

Delimitando o perfil dos usuários envolvidos pela pesquisa, tem-se o consumidor da CAERN se revela, em sua maioria do sexo feminino, de acordo com o gráfico 09, com 59 % dos entrevistados, com uma renda estimada entre 2 e 4 salários mínimos segundo o gráfico 13, com 57% dos participantes da pesquisa. O consumidor está situado na faixa etária entre 28 a 40 anos, com o segundo grau completo em 72% dos pesquisados, como demonstra o gráfico 12, o estado civil é solteiro de acordo com o gráfico 11, com 50% dos entrevistados.

A pesquisa demonstrou a insatisfação do usuário com a empresa em situações específicas, que envolvem principalmente a falta de agilidade da CAERN para a solução do seu problema. Ficou demonstrado também, que outro grande problema enfrentado pelo consumidor, diz respeito ao serviço de desobstrução de redes de esgotos, que atinge 57%. Este mesmo consumidor precisa ligar pelo menos duas vezes para a empresa e ainda tem que conviver em média com uma demora de sete dias para solução do seu problema, situação essa demonstrada no gráfico 02. Nota-se que, apesar desse usuário enfrentar dificuldades para ter a sua solicitação atendida, quando isso acontece, sente-se satisfeito com o serviço prestado, pois raramente ele precisa ser refeito. Isso vem demonstrar que os funcionários envolvidos na execução da tarefa, estão devidamente habilitados para a sua realização.

Porém cabe frisar que os usuários da empresa não avaliam o serviço de atendimento gratuito da CAERN como um serviço eficiente. O gráfico 06, revela que 52% dos usuários da empresa avaliam a eficiência desse atendimento como um atendimento regular, tendo ainda uma margem expressiva de 22% dos usuários que o avaliam como ruim. Para o melhoramento desse serviço a empresa precisa otimizar o atendimento aos seus usuários através do serviço de ligação gratuita,

onde se faria necessário o treinamento dos funcionários envolvidos com esta função, visando o seu maior comprometimento com a função exercida. Em contrapartida, observa-se que quase a unanimidade dos usuários, ou seja, 95% deles encontram-se satisfeitos com o atendimento realizado pelo funcionário lotado no setor especializado na solução específica do seu problema como é demonstrado do gráfico 05.

E inevitável à constatação de que a CAERN sofre as conseqüências da falta de investimento em sua estrutura básica de funcionamento que vai desde a falta de treinamento do funcionário do serviço de atendimento de ligação gratuita ao consumidor, passando pela necessidade urgente de aquisição de novos equipamentos e melhoria na manutenção dos existentes a fim de melhorar o atendimento e agilizar os serviços a serem executados pela empresa, até a contratação de novos funcionários através de concurso público.

GOULART JR, E. Treinamento e Desenvolvimento de Pessoal: uma prática necessária. In: CANÊO, Luiz Carlos; GOULART JÚNIOR, Edward; LUNARDELLI, Maria Cristina Frollini (Orgs.). **Psicologia organizacional & do trabalho**. Bauru: UNESP, 1999. p. 150-167.

MACIAN, L. M. **Treinamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos**. São Paulo: EPU, 1987.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 3. ed São Paulo: Atlas, 1996.

MARCONI, Marina. **Técnicas de Pesquisa** . 4.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MEDEIROS, Walter. **Qualidade no Serviço Público**. Disponível em < http://paginas.terra.com.br/arte/cordel/atendimento02_ServPub.htm >, Acessado em 08 jun. 2007.

MONTI, Roberto. **Uma Estratégia no Atendimento: Qualidade**. Disponível em < <http://www.aceessa.com/negocios/arquivo/dicas/2003/8-Roberto/> > Acessado em 08 jun. 2007.

MOURA, José A.M. **Os frutos da qualidade**. 3. ed. São Paulo, Makron Books, 1999.

SILVIA, Hellen Flávia Freitas da. **Estratégias de Atendimento e Satisfação como forma de reter e captar clientes: Um Estudo de Caso na Cometa Center Car**: Disponível em < www.revista.ulbrajp.edu.br/seer/inicia/ojs/include/getdoc.php?id=459&article=141&m ode=pdf > Acessado em 12 jun. 2007

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 2.ed. São Paulo : Atlas, 1998

APÊNDICE – A

QUESTIONÁRIO.



FARN – Faculdade Natalense para o desenvolvimento do Rio Grande do Norte.
QUESTIONÁRIO

1 – Qual o tipo de serviço Solicitado/Reclamado junto a CAERN?

☐ Falta de água ☐ Desobstrução de redes Coletoras de Esgotos ☐ Manilha Quebrada
☐ Vazamento na rede d'água ☐ Recalcamento ☐ Substituição de Tampão ☐ Ligação de Esgoto

2 – Quantas vezes você precisou reclamar para que a CAERN resolvesse o seu problema?

☐ 1 vez ☐ 2 vezes ☐ 3 vezes ☐ 4 vezes ☐ Mais de 4 vezes

3 – Em média, quanto tempo a CAERN demora para atender sua reclamação?

☐ 7 dias ☐ 15 dias ☐ 30 dias ☐ 45 dias ☐ Mais de 45 dias

4 – Como você avalia a qualidade do serviço prestado pela CAERN?

☐ Ótima ☐ Boa ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Péssima

5 – Como você avalia o atendimento prestado pelo funcionário que recebeu a sua reclamação?

☐ Ótimo ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Péssimo

6 – Como você avalia a eficiência do atendimento gratuito do 0800?

☐ Ótimo ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Péssimo

7 – Qual o nível de comprometimento do funcionário da CAERN?

☐ Muito Comprometido ☐ Comprometido ☐ Pouco Comprometido
☐ Não Comprometido

8 – Qual o seu grau de satisfação com relação a solução de sua reclamação por parte da CAERN?

☐ Muito Satisfeito ☐ Satisfeito ☐ Pouco Satisfeito
☐ Insatisfeito ☐ Muito Insatisfeito

9 – Sexo ☐ Masculino ☐ Feminino

10 – Faixa etária (em anos)

☐ 18 a 22 ☐ 23 a 27 ☐ 28 a 32 ☐ 33 a 40 ☐ Acima de 40 anos

11 – Estado civil

☐ Casado ☐ Solteiro ☐ Divorciado ☐ Separado ☐ Viúvo

12 – Grau de instrução

☐ Analfabeto ☐ 1º grau incompleto ☐ 1º grau completo
☐ 2º grau incompleto ☐ 2º grau completo ☐ 3º grau incompleto
☐ 3º grau completo ☐ Pós graduação

13 – Renda Mensal Familiar (em salários mínimos).

☐ Menos de 1 ☐ 1 a 2 ☐ 2 a 3 ☐ 3 a 4
☐ 4 a 5 ☐ 5 a 6 ☐ Acima de 6