

**FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**INGRID DOS SANTOS MACHADO
RITA DE CÁSSIA DO NASCIMENTO FREITAS**

A INEFICIÊNCIA NO ATENDIMENTO DE TELEFONIA

**Rio de Janeiro
2017**

**INGRID DOS SANTOS MACHADO
RITA DE CÁSSIA DO NASCIMENTO FREITAS**

A INEFICIÊNCIA NO ATENDIMENTO DE TELEFONIA

Projeto de pesquisa apresentado para
a Disciplina de TCC I, sob a orientação
do prof. Fernanda Barreto.

**Rio de Janeiro
2017**

SUMÁRIO

	Página
1. INTRODUÇÃO	4
2. OBJETIVOS	
2.1 OBJETIVO GERAL	5
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
3. JUSTIFICATIVA	6
4. HIPÓTESE	7
5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	8 - 9
6. METODOLOGIA	10
7. CRONOGRAMA	11-12
8. REFERÊNCIAS	13

1. INTRODUÇÃO

Na sociedade de consumo atual, cada vez mais o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), oferecido por meio telefônico, representa para os usuários a principal ferramenta de acesso e resolução de demandas junto aos fornecedores de produtos e serviços. Observa-se, entretanto, que há muito o SAC tem sido objeto de elevado número de denúncias e reclamações nos órgãos de defesa do consumidor, o que se extrai da análise do noticiado pelos próprios meios de comunicação e dos dados obtidos no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec), os quais retratam parcialmente a realidade, haja vista que o sistema usado para classificar as demandas não permite o registro de múltiplas reclamações em um mesmo processo. Tal fato leva ao registro a reclamação “fim” do consumidor, suprimindo da classificação as ilegalidades que foram cometidas durante a utilização do SAC, que surge como o canal entre o usuário e o concessionário, e também o meio onde ocorrem as infrações e, por via de consequência, momento que antecede a formalização das demandas ante os órgãos de proteção ao consumidor.

Portanto, a qualidade do atendimento tem sido um dos grandes problemas enfrentados pelos consumidores, em um mercado que exige cada vez mais a adequação das empresas às necessidades de seus clientes, o que inclui fatores que visam atrair o consumidor. Contudo, o atendimento é impactante nessa atração com cliente, pelo diferencial de mercado que as organizações agregam ao fator de atendimento e seus atributos.

2. OBJETIVOS

2.1 - OBJETIVO GERAL

Apontar as possíveis causas das dificuldades no atendimento.

2.2 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Historia evolutiva da telefonia no Brasil
- Fazer uma análise porque há tanta dificuldade no atendimento eficaz;
- Análise do processo de Recrutamento e Seleção e suas possíveis falhas;
- Analisar de como é feito o treinamento dentro dessas organizações;

3. JUSTIFICATIVA

Este tema foi escolhido visto a ineficiência das grandes empresas de telefonia, sendo assim o projeto visa sanar tais problemas, como a insatisfação dos clientes, o mal atendimento e os problemas não solucionados.

Percebem-se que essas grandes empresas de telefonia não investem no recrutamento e seleção de seus futuros funcionários. Dessa maneira, nossa pesquisa está baseada na melhoria desses processos para assim diminuir esse déficit.

4. HIPÓTESE

Atualmente passamos por uma fase em que a concorrência por profissionais qualificados vem aumentando, ampliando a competição entre organizações. Desta forma, este trabalho relata a melhor forma de atrair profissionais qualificados e garanti-los na organização diminuindo assim as reclamações e insatisfações recorrente dos clientes.

5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A história das Telecomunicações remonta ao final do século XVIII, quando os principais sistemas foram empregados para a transmissão a distância. Entretanto, sua implantação definitiva ocorreu na segunda metade do século XX, como consequência do avanço acelerado da eletrônica e das ciências associadas à automatização. Do Século XIX ao século XXI as telecomunicações vêm revolucionando a vida das pessoas, colocando-as cada vez mais perto uma das outras. Se no princípio foi de forma tímida, agora as mudanças são profundas e rápidas impulsionando a economia do Planeta e influenciando no modo de vida das pessoas.

Três invenções foram o marco da impressionante evolução das telecomunicações até os dias de hoje. Em 1844, Samuel Morse inventou o telégrafo. Dali a 32 anos, em 1876, Graham Bell inventou o telefone; em 1895 Marconi, o rádio. Mas é Graham Bell que se destaca como a grande figura mundial das telecomunicações. O Professor e cientista, Bell criou o primeiro protótipo do telefone, aos 29 anos, que demonstrou, pela primeira vez em público, que seu invento falava. Segundo os registros históricos, o imperador do Brasil era um humanista e muito interessado pela tecnologia de seu tempo. A ele é atribuída a credibilidade ao invento de Graham Bell. Também se deve a ele um período de intenso desenvolvimento no Brasil, que foi um dos primeiros países do mundo a inaugurar o invento de Bell. (<http://br-sysadmin.com/historia-das-telecomunicacoes>)

“Os consumidores estão mais informados e, por isso, não só questionam a empresa como também buscam informações mais complexas. Os atendentes geralmente não estão preparados para respondê-los e por isso começa o empurra-empurra no atendimento telefônico, afirma Roberto Meir, publisher do Grupo Padrão e idealizador da pesquisa. Meir traça um cenário ainda pior para os próximos dois anos. “A demanda nas centrais de atendimento está crescendo e os níveis de atendimento ao consumidor irão piorar. Isso acontece em todos os países onde há uma grande expansão do consumo, pois as empresas encaram atendimento ao cliente como custo e não investimento. Nos Estados Unidos, por exemplo, só agora com a recessão que o nível de atendimento começou a melhorar”, conclui o especialista internacional em relações de consumo.

Precisa-se de testes situacionais. Para ver como as pessoas se comportam diante de situações de perigo, tomadas de decisão e pressão. Os próprios empresários reclamam de falta de mão-de-obra especializada, mas não percebem que muitas vezes é o seu RH, ou das suas consultorias e escritórios especializados, que não estão recrutando da forma como deveriam, com testes adequados para cada tipo de cargo. Para que contratem o melhor profissional é importante que mudem a mesmice dos testes que estamos acostumados a fazer. Até gabaritos para eles já existe. Manual de como se dar bem no paleográfico qualquer pessoa consegue na internet. Percebe-se que essa não é a melhor maneira de avaliar alguém. Não havendo testes situacionais e de tomada de decisão para uma situação

específica, á de ser investir no treinamento a seus profissionais visando o maior entendimento e disciplina no atendimento telefônico.
(<https://www.administradores.com.br/noticias/negocios/empresas-tem-dificuldades-para-atender-o-cliente-principalmente-no-canal-virtual/15696>)

6. METODOLOGIA

Este trabalho foi fundamentado e montado através de pesquisas em sites na internet e estudo sobre como funciona o atendimento em empresas de telefonia. O tipo de pesquisa utilizado foi a péssima qualidade no atendimento, através da quantidade de reclamações que as operadoras vem tendo.

7. CRONOGRAMA

Atividades	Mês	Mês	Mês	Mês
Entrega do tema do projeto de pesquisa, questão norteadora ou problemática.	Março			
Entrega do objetivo geral e os objetivos específicos	Março			
Entrega da justificativa/relevância e hipótese/suposição		Abril		
tema contextualizado, objetivos (geral e específicos), justificativa/relevância, hipótese/suposição (nos casos em que houver a problemática).		Abril		
Início da elaboração da Fundamentação Teórica (três autores) e conceitos, conforme regras da ABNT.			Maio	
Entrega da Fundamentação Teórica (três autores) e conceitos.			Maio	
Definição da metodologia a ser utilizada no projeto.			Maio	

Entrega da metodologia da pesquisa em texto dissertativo de no máximo três parágrafos. Entrega da carta de aceite do professor Entrega do Projeto de Pesquisa, ao professor tutor, com o seguintes itens: Tema contextualizado, objetivo geral, objetivos específicos, justificativa, hipótese, fundamentação teórica, metodologia de pesquisa, cronograma e referências.			Maio	
Entrega do Projeto de Pesquisa em versão revisada ao tutor. Entrega da ficha de acompanhamento ao tutor, registrando no mínimo 3 encontros com o professor orientador.			Maio	
Entrega do Projeto de Pesquisa dentro do AVA para consulta da coordenação de curso.			Maio	

8. REFERÊNCIAS

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Três Momentos da História das Telecomunicações no Brasil**. São Paulo: Dezembro Editorial, 1997.

Ibid., p.29.

BRASIL. Ministério das Comunicações, História da Telefonia. Disponível em

<https://guntheradvocacia.wordpress.com/2014/07/21/evolucao-historica-das-telecomunicacoes-no-brasil/>

. Acesso em 15 jun. 2010.

ATLAS (2006). **Atlas Brasileiro de Telecomunicações**: Análise dos mercados de telefonia fixa e móvel, banda larga, infra-estrutura, satélites e tv por assinatura, Teletime.

OLIVEIRA, Luciana. **Atendimento diferenciado ao cliente**. 2011

<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/atendimento-diferenciado-ao-cliente/59676/>.

Acesso em 20/03/2017

D, Freire. **Comunicação e negócios**. 2008

<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/comunicacao-e-negocios/669/>.

Acesso em 15/04/2017

PINHEIRO, Diego. Os três maiores erros de Recrutamento e Seleção. 2013

<https://www.administradores.com.br/noticias/negocios/empresas-tem-dificuldades-para-atender-o-cliente-principalmente-no-canal-virtual/15696/>

Acesso em 11/05/2017

