



O REFLEXO DO ISOLAMENTO SOCIAL DECORRENTE DA PANDEMIA COVID-19 NA UTILIZAÇÃO DOS CANAIS DE ATENDIMENTO AO CLIENTE

Adriana Falcão Loth – adrianafloth@gmail.com

Luana Siewert Pretto – lusiewert@gmail.com; Marcos Henrique de Almeida Pires – mh.curitiba@gmail.com

Patrícia de Sá Freire – patriciadesafreire@gmail.com

Companhia Águas de Joinville e Universidade Federal de Santa Catarina



1. Introdução e Objetivos

Em pouco tempo o COVID-19 se alastrou pelo Brasil e no dia 19 de março de 2020 a Companhia Águas de Joinville - CAJ adaptou-se à quarentena, seguindo os decretos estabelecidos pelos governos. Para uma empresa de saneamento, entrar em quarentena é algo delicado. Ao mesmo tempo em que existe a preocupação com o isolamento social - colaboradores e cidadãos - também existe a necessidade de continuidade deste serviço de abastecimento à população.

Sob esta ótica será apresentado o comportamento do cliente da Companhia Águas de Joinville - CAJ, antes e durante a pandemia COVID-19, na qual foi necessário realizar o fechamento do atendimento presencial no período entre o dia 19/03 e 21/04/2020 limitando a realização do atendimento por meio uso dos canais telefônico, e-mail e *whatsapp*.

O objetivo deste trabalho foi analisar o comportamento do cliente da Companhia Águas de Joinville durante a pandemia COVID-19 considerando o uso dos multicanais de atendimento oferecidos.

Por meio desta análise, pretendeu-se identificar o perfil do comportamento do cliente de uma empresa pública que presta um serviço essencial como o de água e esgoto quando da restrição ao atendimento presencial, decorrente do necessário isolamento social.

2. Metodologia

Em 2018 o conceito de design de serviço foi aplicado na CAJ. Foram identificadas as personas, desenhado o *blueprint* do serviço e realizado o desenho da jornada do cliente. Com este redesenho realizado, foram abertos mais canais de atendimento na Companhia Águas de Joinville.

O estabelecimento da pandemia por conta do COVID-19 e a necessidade de isolamento social trouxe uma nova realidade ao cliente da Companhia Águas de Joinville. A partir do início da pandemia COVID-19 e o fechamento do atendimento presencial, as pessoas teriam que migrar para o atendimento telefônico, site, *whatsapp* ou e-mail. Houve ampla divulgação e a expectativa de mudança de comportamento do cliente com a migração para o atendimento virtual.

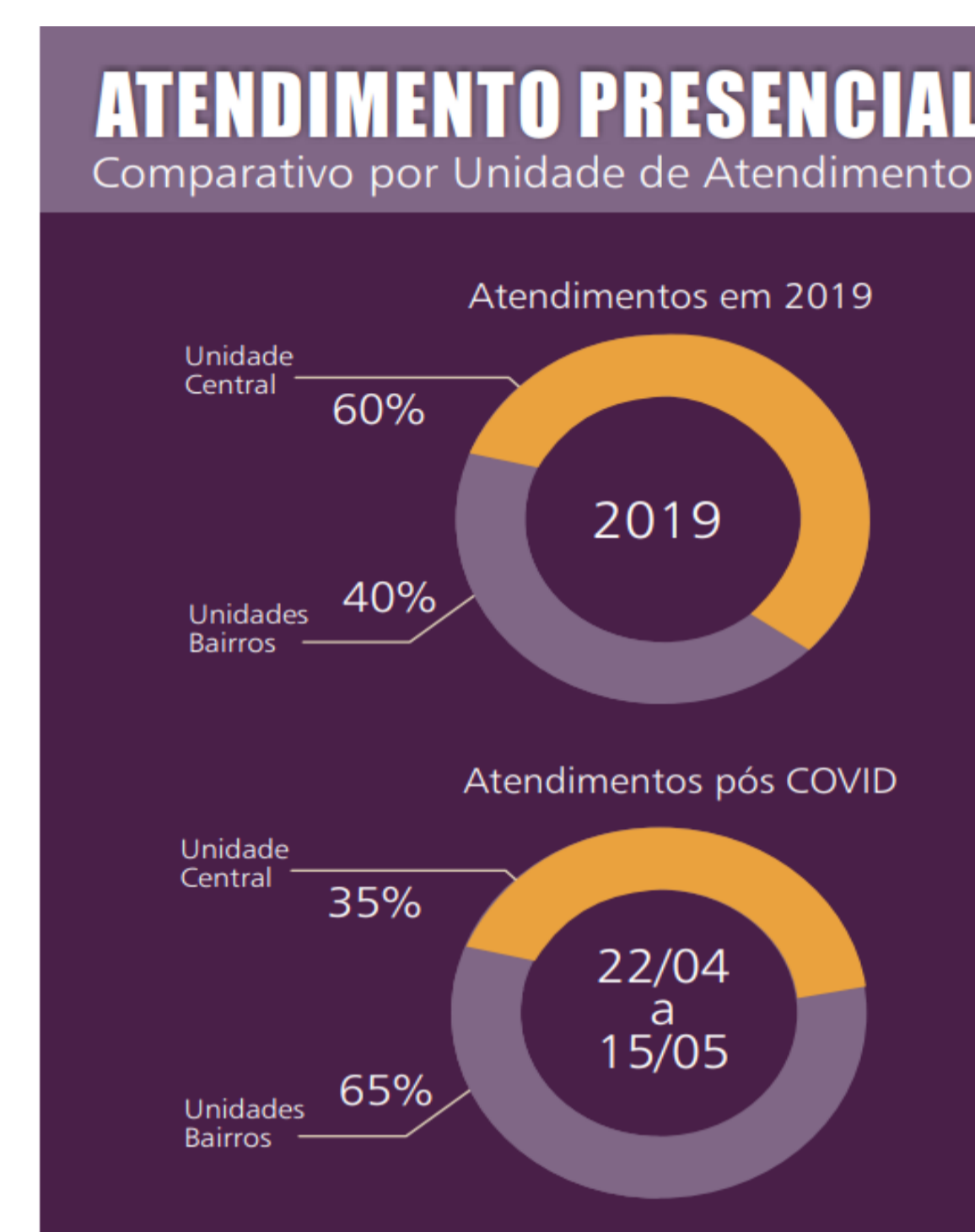
3. Resultados e Discussão

A análise dos dados demonstrou a queda na demanda apresentada pelos clientes de aproximadamente 32% no mês de março e 37% no mês de abril, o que representa mais de 17 mil atendimentos reprimidos. Estes percentuais levaram em conta o comparativo com a média de atendimentos por mês em 2019.

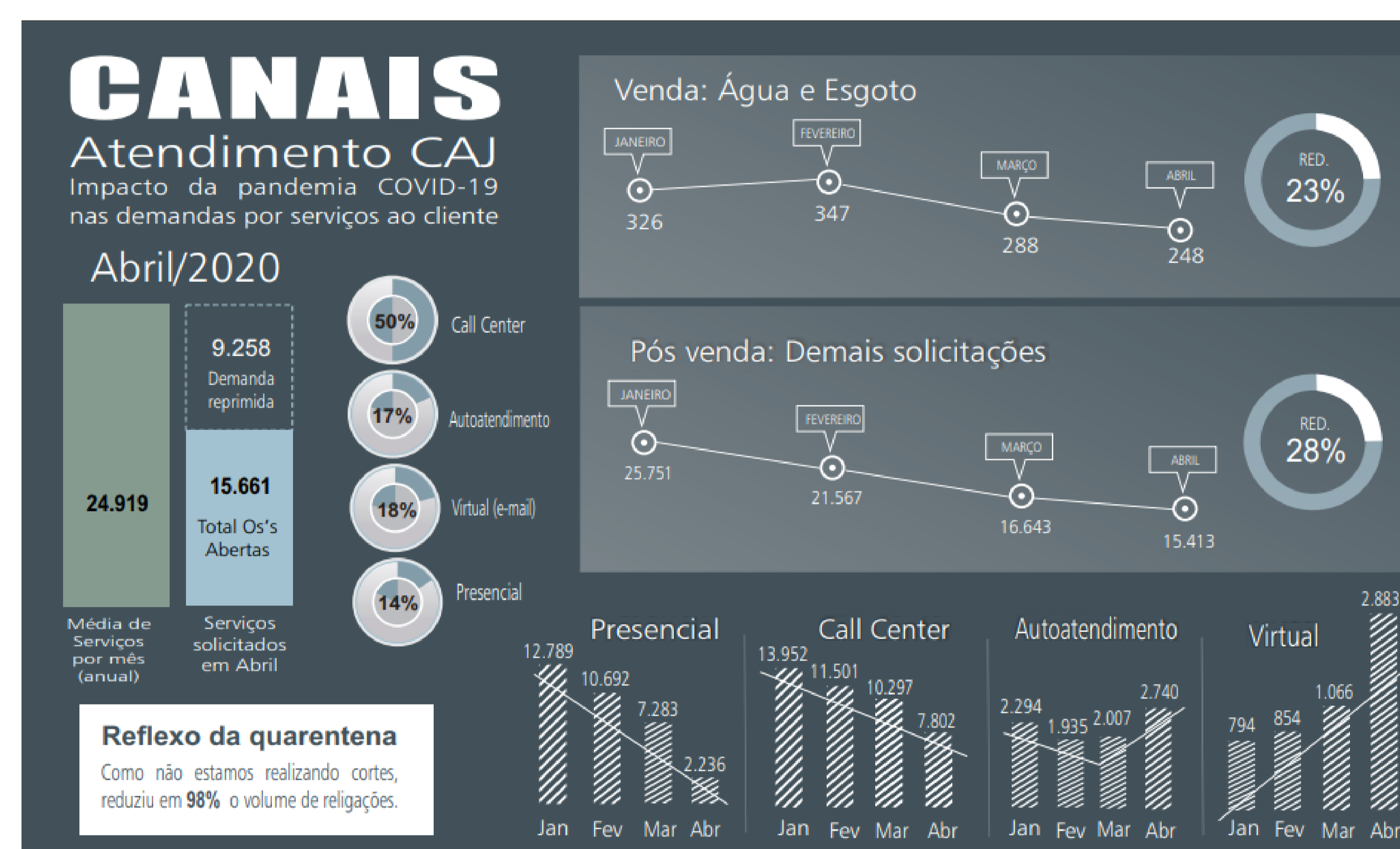
Apesar de o atendimento presencial ter sido extinto em determinado período do mês de março e abril, o número absoluto de atendimentos realizados via telefone, via site (Autoatendimento) e via *whatsapp* se manteve constante no mês de março. No mês de abril, o comportamento foi um pouco diferente. O número de atendimentos continuou em queda, mas houve uma maior procura pela ferramenta *whatsapp*.

Os números demonstram que, apesar de haver uma migração em aproximadamente 2,5 mil atendimentos, a maior parte dos clientes de uma empresa que presta um serviço essencial, como a Companhia Águas de Joinville, possui pouca preferência pelo uso de canais virtuais, gerando uma demanda reprimida quando da não realização do atendimento presencial.

A única exceção que pôde ser percebida foi o atendimento por e-mail. Enquanto o autosserviço pelo site e *whatsapp* apresentaram um pequeno aumento, o e-mail cresceu de 794 solicitações em janeiro para 2.883 em abril, aumentando mais de 300%.



	Site	WhatsApp	E-mail	Telefone
Ligação nova de água	●	●	●	●
Religação de água	●	●	●	●
Reclamação de falta de água	●	●	●	●
Vazamento de água	●	●	●	●
Estravassamento de esgoto	●	●	●	●
Ligação nova de esgoto	●	●	●	●
Padronização de ligação	●	●	●	●
Transferência de titularidade	●	●	●	●
Contestação de fatura	●	●	●	●
Parcelamento	●	●	●	●
Processo de vazamento	●	●	●	●
Consulta de débitos	●	●	●	●
Emissão de segunda via	●	●	●	●
Defesa de notificação	●	●	●	●
Reclamação de serviços	●	●	●	●
Reclamação pavimento	●	●	●	●
Viabilidade tec. e aprov. de projeto	●	●	●	●
Resarcimento	●	●	●	●
Corte temporário	●	●	●	●
Liberar vistoria de caixa-padrão	●	●	●	●



4. Conclusões

Com a análise dos dados obtidos, constatou-se que não se concretizou a expectativa em relação à migração dos clientes do atendimento presencial para os outros canais de atendimento. Esta constatação é, de um lado frustrante, pois em um período de quarentena o objetivo é a maximização da continuidade dos serviços essenciais, com a minimização dos contatos físicos. Mas de outro lado esta constatação é valiosa, pois nos remete a muitas perguntas que podem direcionar ações futuras.

Muitas são as explicações possíveis para a resistência ao uso dos canais digitais: falta de confiança ou habilidade, desconhecimento, inexperiência, falta de acesso, costume ou mera conveniência. O certo é que se faz necessário continuar estudando sobre como pensa, sente e se comporta o nosso cliente. Para tanto, como passos futuros, planeja-se a realização de pesquisas por amostragem, englobando os itens ora analisados, objetivando a busca de subsídios que possam embasar uma próxima ação junto à comunidade, que represente maior efetividade em resultados.

5. Referências

BUCHANAN, R. SC. She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation, 2015.
DUBBERLY, H.; DESIGN, D. Designing for service : Creating an experience advantage, 2010.
PANTANO, E.; VIASSONE, M. Engaging consumers on new integrated multichannel retail settings: Challenges for retailers. Journal Of Retailing And Consumer Services, [s.l.], v. 25, p.106-114, jul. 2015.
REDDICK, C.G.; Turner, M. Channel choice and public service delivery in Canada: Comparing e-government to traditional service delivery. Gov. Inf. Q. 2012, 29, 1-11
VAN DEUSEN, A.; PIETERSON, W. The Internet as a service channel in the public sector. In Proceedings of the ICA Conference, Dresden, Germany, 19-23 June 2006.