



Superando  
expectativas  
**Conquistando**  
**peessoas**



COMITE DE ANÁLISE  
DE MANIFESTAÇÃO DE CLIENTE



Princesa dos Campos

## 1 INTRODUÇÃO

### 1.1 Apresentação da empresa

A atual EXPRESSO PRINCESA DOS CAMPOS S.A., teve seu início em 1934, com a denominação de EMPRESA MEZZOMO, contando apenas com dois carros, um Ford 1931 e outro Ford 1934. Em 1940 passou a fazer a linha entre Ponta Grossa e Curitiba, nascendo então a empresa EXPRESSO PRINCESA DOS CAMPOS de MEZZOMO & CIA.

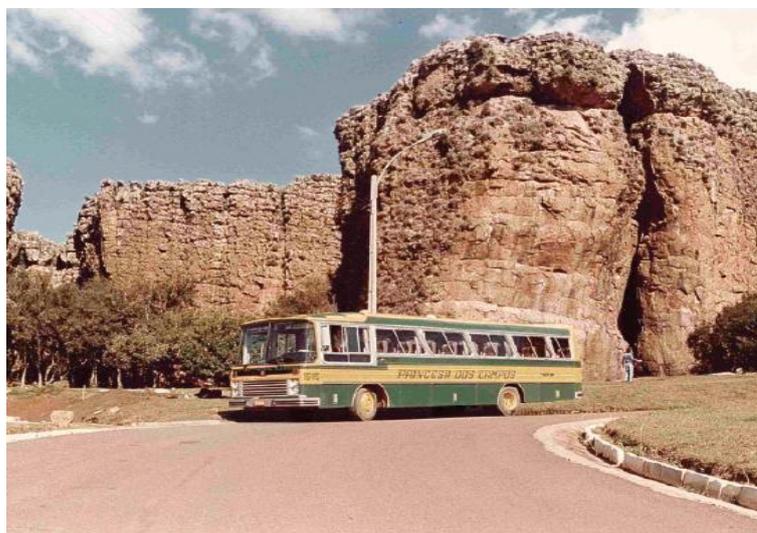


Figura 1: Ônibus década de 70

Em 1956, foi criado o EXPRESSO PRINCESA DO OESTE S.A., e igualmente em 1957, o EXPRESSO PRINCESA DOS CAMPOS S.A., do mesmo grupo e passaram a executar, pela primeira, a linha de Ponta Grossa à Guarapuava e pela segunda, as linhas de Curitiba à Ponta Grossa e Curitiba à Guarapuava.

Nesta mesma época, foi criada mais uma empresa, o EXPRESSO PRINCESA NORPARANÁ S.A., fazendo então a linha municipal entre Ponta Grossa a Itaiacoca, mantendo-se as três empresas até outubro de 1962, quando o controle acionário das três empresas passou para o atual Grupo Familiar, que são todos primos, composto pelos IRMÃOS GULIN E SOBRINHOS, IRMÃOS ALBERTI, IRMÃOS BARON E Sr. MANFRON. O novo grupo, no comando das três empresas e com ideias inovadoras, já em 1963, incorporava mais o



EXPRESSO MONTE ALEGRE, fazendo então a linha entre Curitiba e Monte Alegre (Telêmaco Borba), passando por Castro e Piraí do Sul. Em 1964, incorporava mais a EMPRESA NOSSA SENHORA DAS BROTAS, com as linhas entre Ponta Grossa e Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, via Castro e Piraí e Piraí do Sul a Sapopema.

Ainda em 1964, incorporou o EXPRESSO TIBAGI, com as linhas entre Ponta Grossa e Telêmaco Borba via Tibagi e Ponta Grossa a Reserva.

Em 1965, incorporou a Empresa RIO PARANÁ, chegando assim, novamente ao Oeste e Sudoeste Paranaense, com diversas linhas. Incorporando também no mesmo ano a empresa São Cristóvão, com as linhas interestaduais de Curitiba a Registro e Curitiba a Iguape.

Em setembro de 1969, o EXPRESSO PRINCESA DO OESTE S.A. foi juntado ao EXPRESSO PRINCESA DOS CAMPOS S.A, ficando então uma única empresa, sendo que o EXPRESSO PRINCESA NORPARANÁ S.A., desistindo da linha que fazia, alterou sua denominação social para PRINCETUR PASSAGENS E TURISMO S.A., passando a se dedicar ao ramo de turismo em geral e agências de vendas de passagens. Em 1969, incorporou o EXPRESSO IVAÍ, com as linhas entre Ponta Grossa, Ipiranga e Ivaí.

Em novembro de 1971, incorporou o EXPRESSO ARRISUL, com as linhas entre Irati, Rio Azul e União da Vitória. Em outubro de 1975, sagrou-se vitoriosa no processo licitatório para a linha FRANCISCO BELTRÃO (PR) - SÃO PAULO (SP), em 1988, adquiriu as linhas suburbanas no Vale do e em janeiro de 1995 iniciou a linha PONTA GROSSA (PR) - PARANAGUÁ (PR); e em dezembro de 1998 a linha CAPANEMA (PR) - SÃO PAULO (SP). Em janeiro de 1998, começamos a operar a seção de Ponta Grossa (PR) – São Paulo (SP), na linha de São Miguel do Oeste (SC) – São Paulo (SP).

Em dezembro de 2003, adquiriu a Empresa Cantelle Viagens e Turismo Ltda, incorporando a linha Cruz Alta (RS) - Barreiras (BA), a linha mais longa da empresa, com 2.775 km, percorrendo 7 Estados Brasileiros: Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Bahia, e mais o Distrito Federal.



Em novembro de 2004 foram adquiridas da Empresa Unesul, as linhas: Medianeira - Serranópolis, Medianeira - Santa Helena, Santa Helena - Marechal Cândido Rondon e Missal - São Miguel do Iguaçu, que depois de incorporadas ao Expresso Princesa dos Campos S.A., foram transformadas em Linhas Metropolitanas.

Em dezembro de 2005 foi adquirida a empresa Viação Vale do Iguaçu, e incorporadas as seguintes linhas: Curitiba - Francisco Beltrão (via São Mateus do Sul), Curitiba - Capanema, Curitiba - Dois Vizinhos, Curitiba - Capitão Leônidas Marques, Curitiba - Santo Antonio do Sudoeste, Curitiba - Francisco Beltrão (via Guarapuava) e Curitiba - Francisco Beltrão - Leito.



Figura 2: Frota atual Princesa dos Campos.

Em 2010 implantou o Conselho Administrativo (CAD), o qual avalia os resultados da empresa e dá diretrizes para os gestores da empresa. Em 2011 foi implantado o plano orçamentário por negócio, serviço e área.

Em 2012 foi incorporada a empresa Expresso Vale do Iguaçu que atende as linhas urbanas de Foz do Iguaçu.

Em 2015 a empresa iniciou o serviço Airport Connect que faz ligação direta entre Ponta Grossa e o Aeroporto Internacional Afonso Pena em Curitiba sem escalas.

## 1.2 Perfil da empresa

O Expresso Princesa dos Campos atua no mercado desde 1934, completando 84 anos de história, operando nos segmentos de passagens, encomendas, encomendas expressas e fretamento contínuo e eventual.

Uma história de sucesso marcada por constantes avanços e inovações. Na condição de referência nacional do setor, destaca o Expresso Princesa dos

Campos pelas suas conquistas: 326º entre as 500 empresas maiores do sul, 5º entre as maiores e melhores do transporte de passageiros, compromissos com questões sociais: Projeto Educação no Trânsito, Corrida e Caminhada Princesa dos Campos, cidadania e meio ambiente. Programas internos como Consumo Consciente, Trainee, Condução Nota 100, Eu Cuido de Você, Projeto Harpia, Sábado Divertido, Código de Conduta, Pontos Para Mim, Grupos de Inovação e o Blog Entre Amigos, conduzem a equipe a busca da excelência.

Além da sede em Ponta Grossa, a empresa possui mais 12 garagens sendo as principais: Curitiba, Cascavel, Registro e Foz do Iguaçu, as filiais possuem instalação para manutenção corretiva e preventiva, bomba para abastecimento, local para higienização dos veículo e alojamento para os motoristas.

A operação da Princesa dos Campos se dá em mais de 91 linhas distribuídas entre o estado do Paraná, São Paulo e Santa Catarina. Transporta anualmente 11 milhões de passageiros por 30,6 milhões de quilômetros. São mais de 370 modernos ônibus, 170 veículos para transporte de encomendas, 1.300 profissionais e 2.000 colaboradores terceirizados em mais de 700 cidades espalhadas pelo Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e São Paulo.

Nos últimos cinco anos o Expresso Princesa dos Campos investiu mais de R\$ 65 milhões em renovação de frota, R\$ 23 milhões na construção do moderno terminal de cargas na cidade de Curitiba, além de 4 milhões na aquisição de imóveis estratégicos.

### **Transporte de passageiros**

Ao embarcar, o usuário conta com o atendimento de uma equipe dedicada, além de uma moderna frota que garante o máximo em conforto e segurança. Veículos equipados com o que existe de mais moderno em tecnologia embarcada, Wi-Fi, ar-condicionado inteligente, suspensão eletrônica inteligente e equipamento de telemetria, entre outros.

### **Encomendas**

Além do atendimento total dos estados do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul a Expresso Princesa Dos Campos chega a Campinas, região metropolitana e Vale do Ribeira. Um grande eixo nacional com mais de 700



idades atendidas conta com o que existe de mais moderno em tecnologia de operação ágil e dinâmica de carga e descarga. Atendendo mais de 6 mil clientes/mês, realizando mais de 1 milhão de entregas por ano.



Figura 3: Terminal de Cargas de Curitiba.

### Encomendas expressas Prinex

O serviço de entrega expressa de Rodoviária a Rodoviária da Princesa dos Campos é o Prinex, é uma opção de entrega rápida e segura na entrega de itens em todas as regiões onde ele está disponível, tanto para pessoas físicas quanto para empresas, o serviço possui loja exclusiva para atendimento na cidade de Ponta Grossa.



Figura 4: Atendimento Loja Prinex Ponta Grossa.

### Fretamento

A Princesa dos Campos oferece o serviço de fretamento eventual e contínuo. No caso dos fretamentos eventuais, a grande demanda é por viagens de turismo, para as quais são disponibilizados os mais modernos veículos da frota da empresa, com vários opcionais: descanso para as pernas, ar



condicionado, TVs, DVDs, geladeira elétrica, Wi-Fi, sonorização (microfone), água mineral, refrigerantes, cobertores, travesseiros e kit lanches.

### **Cantelle**

A empresa leva você e sua encomenda passando pelas principais cidades do Rio Grande do Sul até a Bahia, contando com uma nova frota com padrão executivo, equipada com Wi-Fi e a mais alta tecnologia em conforto e segurança. Partindo de Cruz Alta-RS e com destino a Barreiras-BA, a Cantelle integra 7 estados.



**Figura 5: Frota Cantelle**

### **Airport Connect**

Ligação direta entre Ponta Grossa e o Aeroporto Internacional Afonso Pena em São José dos Pinhais. Sem escalas. O usuário do serviço conta com uma exclusiva Sala VIP na matriz da empresa e segue direto ao aeroporto. O ônibus possui central de entretenimento, Wi-Fi, poltronas exclusivas e ar-condicionado inteligente.



**Figura 6: Ônibus Airport Connect**



### 1.3 Indicação da equipe

A formação do Comitê de Atendimento as Solicitações dos Clientes da Expresso Princesa dos Campos foi idealizado, desenvolvido e implementado pelos profissionais relacionados abaixo.

- Responsável pela boa prática: Florisvaldo Hudinik – Diretor Presidente.

- Equipe envolvida:

Alessandra Massuqueto Scheidt – Coordenador Jurídico;

Alexandra Ap. de Oliveira – Analista Operacional;

Amanda de Cássia Ferreira – Coordenadora de Arrecadação

Ana Claudia de Carvalho – Encarregada Administrativa Comercial e Tráfego;

Anderson Claudinei Bojko – Assistente de Tráfego;

Anna Maria Crivoi - Analista de Recursos Humanos;

Eduardo Galvão – Assistente de Fretamento;

Fabio José Roseira – Assistente Administrativo;

Karin Francieli Gonçalves – Assistente Administrativo;

Renata Correia Luiz - Assistente Administrativo;

Sheila Kalkmann Ribeiro Margraf – Coordenadora de SAC;

Viviane Muchen – Analista de Recursos Humanos;

Redação:

Sheila Kalkmann Ribeiro Margraf – Coordenadora de SAC;

Amanda de Cássia Ferreira – Coordenadora de Arrecadação;



## 2. APRESENTAÇÃO

Buscando a melhoria contínua e a manutenção da satisfação dos clientes da Princesa dos Campos, após a consolidação da reestruturação do departamento de SAC, notou-se a necessidade de criar uma metodologia para a tratativa das manifestações dos clientes.

Para dar andamento a esta metodologia, foi criado o Comitê de Análise de Manifestações dos Clientes para analisar e sugerir melhorias diante das manifestações dos clientes, sejam elas: reclamações, sugestões ou elogios.

O comitê é formado por 12 profissionais de departamentos diferentes com a finalidade de trazer uma visão sistêmica que possa melhorar os processos da Princesa dos Campos e acarretar na satisfação dos nossos clientes.

Para analisar as manifestações dos clientes o comitê se reúne mensalmente, avalia os indicadores que o Departamento de SAC apresenta (quantidade, tipo e departamento que pertence as manifestações) e propõe um plano de ação que irá para aprovação da diretoria.

Os planos de ação propostos visam evitar a reincidência das reclamações, sensibilizar os profissionais, reconhecer boas iniciativas e fortalecer a melhoria contínua, promovendo a satisfação dos clientes.



### 3. OBJETIVOS

O Comitê de Análise das Manifestações dos Clientes teve sua origem a partir da reestruturação do Departamento de SAC, o qual identificou a necessidade de implantar uma metodologia mais eficaz no tratamento das manifestações dos clientes.

O Departamento de SAC começou a questionar se as tratativas das manifestações dos clientes eram realmente efetivas, se as mesmas estavam resolvendo o problema do cliente de forma pontual ou se estavam resolvendo a causa raiz do problema.

A partir destes questionamentos em março de 2017 foi criado o Comitê de Análise de Manifestações dos Clientes. Os idealizadores do comitê foram o Diretor Presidente, Diretor Comercial e o Departamento de SAC.

O objetivo do Comitê é investigar as causas, as tratativas e propor plano de ação preventivo e/ou corretivo para ser executado, afim de tornar a análise das manifestações de clientes mais efetiva, possibilitando a implementação de ações para evitar reincidência de reclamações e proporcionar a melhoria contínua e a satisfação dos clientes

Diante do objetivo foi lançado como meta para o comitê: reduzir a incidência de reclamações de clientes pelo mesmo motivo aumentando a satisfação dos clientes, sendo o público alvo os 1400 profissionais da Princesa dos Campos.



## 4. METODOLOGIA

Para implantar o Comitê de Análise de Manifestações de Clientes da Princesa dos Campos, foi definido as seguintes etapas: definição dos membros do Comitê e Coordenação e da metodologia de trabalho.

Definido as etapas iniciou-se a implantação que ficou sob a responsabilidade do Departamento de SAC.

### 4.1 DEFINIÇÃO DOS MEMBROS DO COMITÊ

A escolha dos participantes do comitê se deu por indicação da Diretoria, visando uma equipe multisetorial e priorizando profissionais que não tivessem barreiras com mudanças.

Os membros do comitê foram convocados pela Coordenadora do SAC e também pelo Diretor Presidente para participar de uma reunião de implantação. Nesta reunião foi apresentado o objetivo do comitê e a metodologia de funcionamento.

O comitê é composto por: dois profissionais do Departamento de Manutenção, dois profissionais do Departamento de SAC, dois profissionais do RH, um profissional do Departamento Jurídico, um profissional do Departamento de Tráfego, um profissional do departamento de Fretamento Eventual, um profissional do Departamento Comercial de Passagens, um profissional do Departamento de Arrecadação, um profissional do Departamento Operacional de Encomendas.

A Coordenação do Comitê ficou sob a responsabilidade da Coordenadora de SAC.





Figura 7: Comitê de Análise de Manifestações de Clientes

## 4.2 DEFINIÇÃO DA METODOLOGIA DE TRABALHO

A metodologia utilizada é:

- Reuniões Mensais: o comitê se reúne mensalmente na matriz em Ponta Grossa;

Nas reuniões são discutidos o andamento dos planos de ação aprovados, as novas propostas a serem apresentadas para a Diretoria. Também são apresentados os resultados das pesquisas de campo e pesquisa com os clientes além da análise dos indicadores do SAC.

- Análise dos Indicadores: O Departamento de SAC apresenta os indicadores mensais:
  - Número de manifestações protocoladas pelos clientes
  - Tipo de manifestações: reclamações, elogios e sugestões;

Os indicadores são divididos por negócio da empresa: Passagens e Encomendas e departamentos envolvidos nas manifestações (tráfego, agências de passagens e encomendas, manutenção, fretamento, prinex, administrativo).



O Comitê optou por atacar primeiramente as manifestações relacionadas ao atendimento do agente, pois estas estavam em primeiro lugar no ranking de reclamações dos clientes.

- Pesquisa de Campo: para conhecer a realidade da operação da Princesa dos Campos, os membros do Comitê visitam as agências de venda de passagens e encomendas em dias alternados e participam de reuniões das áreas;

Nas pesquisas de campo foi possível identificar:

- Algumas falhas estruturais na forma de atendimento aos clientes em nossas agências de passagens;
- Falta de divulgação e estímulo ao uso do totem para compra e impressão de bilhetes de passagens;
- Pesquisa com clientes: toda ação do comitê antes de implementá-la é realizada uma pesquisa de aceitação dos clientes visando uma maior assertividade e satisfação dos clientes;
- Planos de ação: após análise dos indicadores, pesquisa de campo e pesquisa com os clientes, o comitê realiza o levantamento das causas das manifestações/reclamações dos clientes e elabora uma proposta de plano de ação. Este plano de ação vai para aprovação da diretoria e estando aprovado o comitê realiza a implementação e acompanhamento das ações;
- Análise da eficácia: Após a finalização da implementação do plano de ação o comitê verifica a eficácia através da análise dos indicadores apresentados pelo Departamento de SAC, visando identificar redução das reclamações protocoladas.



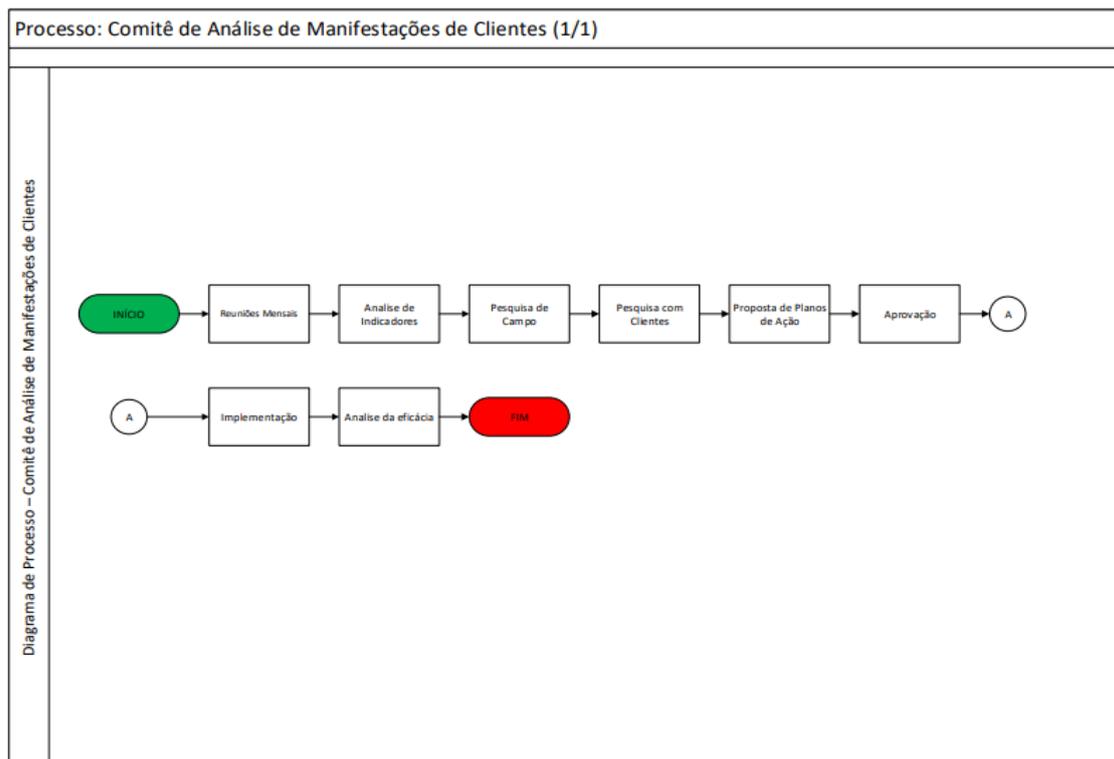


Figura 8: Metodologia Comitê

## 5. Comunicação

A comunicação e divulgação do Comitê de Análise de Manifestações de Clientes transcorreu da seguinte maneira:

- *Circular interna:* Uma circular interna foi enviada através do e-mail para todos os profissionais da Princesa dos Campos comunicando a formação de um Comitê de Análise das manifestações dos Clientes, sua finalidade e atuação.
- *Carta:* Foi enviado uma carta junto com o holerite para todos os profissionais da empresa reforçando a formação do Comitê, com os nomes dos profissionais que compõem o comitê, afim de sensibilizar os demais profissionais com o objetivo do comitê.
- *Apresentação do Comitê:* O Comitê foi apresentado em reuniões dos departamentos da empresa, para que os gestores aderissem ao comitê e facilitassem as pesquisas e visitas do comitê em suas unidades.



## 6. Resultados

No processo de implantação do Comitê de Análise das Manifestações de Clientes, foi definido como objetivo investigar as causas, as tratativas e propor plano de ação preventivo e/ou corretivo para ser executado, afim de tornar a análise das manifestações de clientes mais efetiva, possibilitando a implementação de ações para evitar reincidência de reclamações e proporcionar a melhoria contínua e a satisfação dos clientes.

Como meta foi definido a redução a incidência de manifestações pelo mesmo motivo.

Dos resultados obtidos com a implantação do Comitê de Análise das Manifestações de Clientes podemos demonstrar:

### 6.1 Ações para melhoria e estímulo das vendas via internet

Nas pesquisas de campo o Comitê identificou que nossos clientes mesmo comprando as passagens pela internet, acabavam ficando na fila dos guichês para retirar as passagens e acabavam em alguns casos, perdendo o ônibus, gerando insatisfação nos mesmos.

Analisando a causa chegou a seguinte conclusão: a localização dos Totens em algumas rodoviárias não era de fácil acesso e identificação, a mensagem de orientação de impressão nos vouchers não era clara, fazendo com que os clientes preferissem enfrentar a fila dos guichês ao imprimir sozinho nos totens.

Diante disso o comitê propôs e foi aprovado as seguintes ações:

- Disponibilização de profissionais para orientar a utilização do totem em dias de movimento nas agências, períodos de feriado e férias;
- Implantação de adesivo nos totens para aumentar a visualização dos mesmos;





Figura 9: Novo adesivo Totem

- Adequação da nomenclatura do voucher x totem indicando o campo bilhete para facilitar a localização e impressão do bilhete através do totem, também foi inserido a informação das cidades onde há disponibilização de totem para os clientes.

Olá, [REDACTED]  
Seguem os dados da sua compra:

**DADOS DO CLIENTE**  
Data da [REDACTED]  
Docume [REDACTED]  
Email: [REDACTED]

**DETALHES DO(S) ITINERÁRIO(S)**

Empresa	Localizador	Bilhete	Serviço	Data	Origem	Destino	Poltrona	Passageiro	Documento	Valor
EXPRESSO PRINCESA DOS CAMPOS SA	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

**DADOS DO PAGAMENTO**  
Autoriza [REDACTED]  
Operad [REDACTED]  
Cartão: [REDACTED]  
Total: R\$ [REDACTED]  
Total co [REDACTED]  
Parcelas [REDACTED]

**IMPORTANTE:**  
Informamos que este voucher não poderá ser utilizado como bilhete de passagem, você deverá trocá-lo em um de nossos guichês de venda pelo bilhete de passagem, acompanhado do documento do passageiro.  
Se preferir, você poderá imprimir seu bilhete em nossos totens de autoatendimento localizados nas rodoviárias de **Curitiba (PR), Guarapuava (PR), Foz do Iguaçu (PR) e Ponta Grossa (PR)**, utilizando o localizador da reserva contido neste voucher.

Sr(a) cliente, para um embarque tranquilo, é preciso chegar ao Terminal Rodoviário com no mínimo 30 minutos de antecedência do horário de partida do seu ônibus. Leve o bilhete e tenha sempre em mãos um documento de identificação com foto. Se você pretende trocar o voucher internet, fique atento aos horários de pico no atendimento e procure chegar com antecedência ao guichê ou totem.

Figura 10: Novo Voucher

- Pesquisa com clientes para saber se os mesmos utilizariam o totem em outro lugar além da rodoviária;



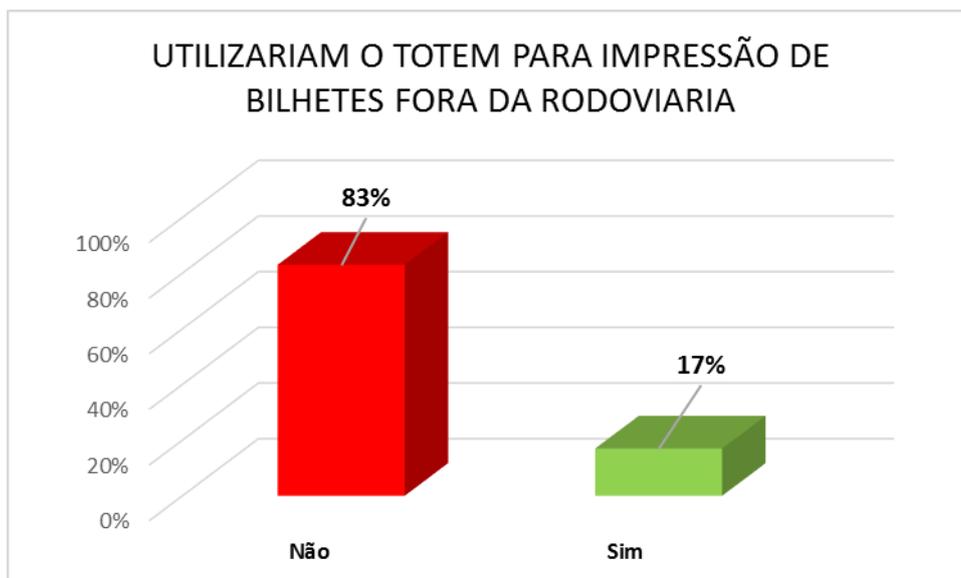


Figura 11: Resultado da Pesquisa

- Adesivo informativo mostrando a localização do totem;



Figura 12: Adesivo Informativo

## 6.2 Ações para melhorar o ambiente físico das agências

O comitê percebeu que o ambiente físico das agências estava influenciando no atendimento do agente, haviam barreiras de comunicação entre o agente e o cliente (vidro, som ambiente, iluminação externa) e os moveis não estavam ergonomicamente adequados.

O comitê propôs as ações abaixo:

- Instalação de painel eletrônico em frente aos guichês das agências evitando que os agentes necessitem falar mais alto com os clientes para chamá-los ao guichê;





Figura 13: Painel Eletrônico

- Implantação de um piso elevado na agência de Curitiba, para adequar à altura das cadeiras ao balcão de atendimento e troca das cadeiras.



Figura 14: Piso elevado na agência de Curitiba

- Elaboração de um novo layout para as agências de vendas de passagens, com um ambiente mais aconchegante e acolhedor tanto para os profissionais quanto para os clientes. O projeto está em fase de aprovação do poder concedente da Rodoviária de Ponta Grossa/PR, a qual foi escolhida para o projeto piloto.



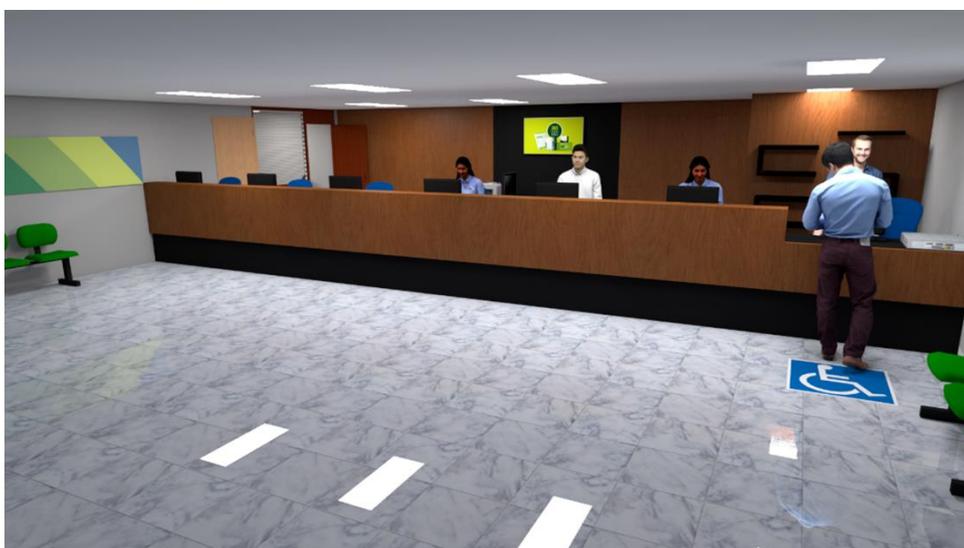


Figura 15: Projeto Novo layout para Agência Rodoviária de Ponta Grossa

### 6.3 Ações de conscientização dos agentes

O comitê verificou que as tratativas das reclamações ficavam restritas ao gestor e não chegavam nos agentes, que são os profissionais que estão diretamente em contato com nossos clientes.

Após esta constatação foi proposto:

- Criação de um formulário para registro da ocorrência e treinamento/atualização do profissional que é citado na reclamação. Este formulário tem função educativa, para conscientizar o profissional e buscar a reflexão do mesmo sobre





Figura 17: Blitz realizada em Ponta Grossa.

#### **6.4 Ações de valorização dos profissionais**

Um profissional motivado e valorizado consequentemente irá atender bem o cliente, sabendo disso o Comitê sugeriu um programa de reconhecimento dos profissionais que recebem elogios dos clientes através do SAC.

Então foi criado o programa: Profissional Elogiado Cliente Satisfeito, que prevê o levantamento de todos os elogios recebidos e registrados através do SAC, seguido de avaliação de cada situação.

Para validação dos elogios são considerados quesitos como registro de todos os dados do cliente, informações detalhadas sobre o serviço utilizado, além de descrição completa da situação, a qual recebeu o elogio do cliente.





Figura 18: Logo do programa.

Após esta etapa, cada profissional que recebeu elogio de cliente, é pontuado conforme os seguintes critérios:

CRITÉRIO	NOTA
Quantidade de elogio	1
Elogio padrão (bom atendimento, educação, cordialidade, boa condução, simpatia etc.)	2
Resolveu problema do cliente	5
Resolveu problema do cliente não diretamente da sua área	10

Todos os profissionais elogiados recebem uma camiseta do programa, um certificado e um pin. Os profissionais que atingem a pontuação máxima além dos itens acima recebem um troféu personalizado e um presente.





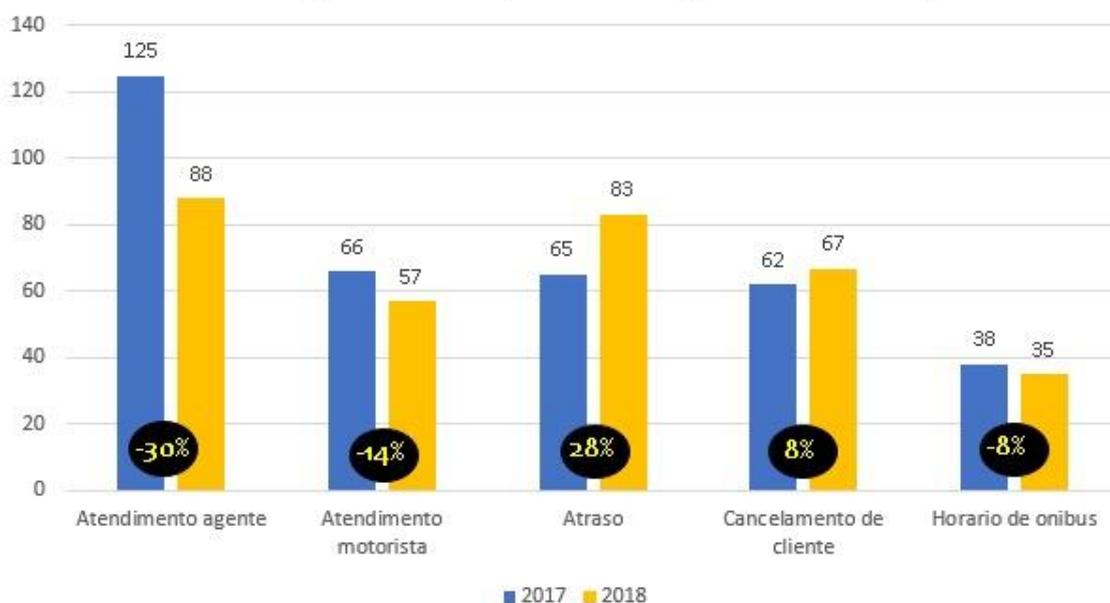
Figura 19: Profissionais Elogiados no 1º semestre 2018.



Figura 20: Profissionais que receberam pontuação máxima

Todas estas ações refletiram na redução do número de reclamações referentes ao atendimento do agente, que estava em primeiro lugar no número de reclamações no ano de 2017 e em 2018 até o mês de agosto estas reclamações de atendimento tiveram uma redução de 30%.

## Ranking Reclamações Passagens – Jan - Ago



O Comitê é um processo contínuo que está em constante movimento. No ano de 2018, outras ações estão em andamento que visam reduzir o índice de reclamações referente ao atendimento dos motoristas e atendimento de encomendas, além das ações que visam manter a redução das reclamações referentes ao atendimento do agente, sendo elas:

- Material Site – reativar área de perguntas frequentes;
- Atendimento Motorista – RQA / Blitz motoristas instrutores;
- Projeto: Programa de Sensibilização aos Gestores (Agência, Tráfego, Encomendas);
- Levantamento de causas reclamações prazo de entrega de encomendas (em andamento).

