

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

GABRIEL ALEXANDRE GANDOLFI DA SILVA

**MELHORIA DA OPERACIONALIZAÇÃO
DE UMA AGÊNCIA DE CORREIOS, BASEADA NOS PRINCÍPIOS
DE UM MANUAL DE PADRONIZAÇÃO DE AGÊNCIAS**

FLORIANÓPOLIS

2004

GABRIEL ALEXANDRE GANDOLFI DA SILVA

**MELHORIA DA OPERACIONALIZAÇÃO
DE UMA AGÊNCIA DE CORREIOS, BASEADA NOS PRINCÍPIOS
DE UM MANUAL DE PADRONIZAÇÃO DE AGÊNCIAS**

Trabalho de Conclusão de Estágio, apresentado à disciplina de Estágio Supervisionado - CAD 5236, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, área de Administração da Produção.

Professor Orientador: Rolf Hermann Erdmann. Dr.

FLORIANÓPOLIS

2004

GABRIEL ALEXANDRE GANDOLFI DA SILVA

**MELHORIA DA OPERACIONALIZAÇÃO
DE UMA AGÊNCIA DE CORREIOS, BASEADA NOS PRINCÍPIOS
DE UM MANUAL DE PADRONIZAÇÃO DE AGÊNCIAS**

Este Trabalho de Conclusão de Estágio foi julgado adequado e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, em 30 de Junho de 2004.



Prof. Sinésio Stefano Dubiela Ostrovski

Coordenador de Estágios

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:



Prof. Rolf Hermann Erdmann, Doutor.

Orientador



Prof.ª Beatriz Maria Cambraia Rocca, Doutoranda.
Membro



Márcia Regina Köhler

Membro

“... a pessoa educada do futuro é alguém que
compreende que precisa continuar a aprender.”
(Peter Drucker)

RESUMO

SILVA, Gabriel Alexandre Gandolfi da. **Melhoria da operacionalização de uma agência de correios, baseada nos princípios de um manual de padronização de agências**. 2004. (53f.). Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Administração). Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

O objetivo geral deste trabalho tem a intenção de descrever uma experiência de organização visual, evidenciando a melhoria propiciada na operacionalização de uma agência de correios, contando com a utilização do gerenciamento visual e com a organização e padronização de arquivos, através da aplicação de um manual de padronização de agências, implementado por um grupo de trabalho composto por colaboradores da Região Operacional – 01 da Diretoria Regional de Santa Catarina, da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos. Este estudo foi desenvolvido a partir de uma fundamentação teórica que abrange a parte de qualidade, organização, padronização e serviços, apresentando os itens do manual de padronização. Com isso, foram identificados, a partir de verificação “in loco”, os fatores que facilitaram e que dificultaram a implantação da padronização, e quais contribuições foram obtidas através de todo este processo.

Palavras-chave: melhoria de serviços – padronização – qualidade.

134 p.

AGRADECIMENTOS

Acima de tudo a Deus, por proporcionar-me condições físicas e psicológicas para o desempenho de tudo aquilo que tive vontade de realizar.

À minha família, que me concedeu um ambiente de vivência, calcado no amor, na compreensão e na responsabilidade.

À Melissa, minha namorada, acima de tudo pelo apoio e pela compreensão em todos os momentos.

Ao professor Rolf Hermann Erdmann, pela atenção, pela orientação e pelas sugestões para o enriquecimento deste trabalho.

Aos colegas da Região Operacional-01, capitaneados pela Margarida e pela Márcia, que representaram uma fonte inspiradora para a elaboração deste estudo.

A todos que de alguma forma contribuíram para a execução deste trabalho.

SUMÁRIO

LISTAS DE FIGURAS	08
LISTAS DE TABELAS	09
1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Caracterização da organização e seu ambiente	10
1.2 Problema da pesquisa	12
1.3 Objetivos	13
1.3.1 Objetivo geral	13
1.3.2 Objetivos específicos	14
1.4 Justificativa	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 Qualidade	16
2.2 Organização	19
2.3 Padronização	21
2.4 Serviços	24
2.4.1 Características dos serviços	25
2.4.2 Matriz de processos de serviços	25
2.4.3 Encontro de serviço	27
2.4.4 Produtividade de serviços	27
2.4.5 A qualidade em serviços	29
2.4.6 Dimensões da qualidade em serviços	29
3 METODOLOGIA	31
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	33

4.1 Região Operacional – 01	33
4.2 Itens do manual de padronização de agências	34
4.3 Fatores que facilitaram a implantação da padronização	39
4.4 Fatores que dificultaram a implantação da padronização	41
4.5 Contribuições obtidas com a padronização do gerenciamento visual e dos arquivos	42
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS	50
ANEXO A - PORTARIA DE DESIGNAÇÃO - EQUIPE DE TRABALHO.....	52
ANEXO B - MANUAL DE PADRONIZAÇÃO DE AGÊNCIAS.....	53

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1: Matriz de processos de serviços.....	26
Figura 2: Caixa organizadora com material de consumo.....	37
Figura 3: Caixa organizadora com material de consumo.....	37
Figura 4: Caixa organizadora com formulários em pastas suspensas.....	37
Figura 5: Caixa organizadora com formulários em pastas suspensas.....	38

LISTAS DE TABELAS

Tabela 1: Matriz de registros.....	38
Tabela 2: Tempo médio de atendimento do cliente (em minutos) – referente ao mês de Julho/2003, momento em que as agências ainda não estavam padronizadas.....	43
Tabela 3: Tempo médio de atendimento do cliente (em minutos) – referente ao mês de Fevereiro/2004, momento em que as agências já estavam padronizadas.....	43
Tabela 4: Tempo médio que o cliente espera na fila (em minutos) – referente ao mês de Julho/2003, momento em que as agências ainda não estavam padronizadas.....	44
Tabela 5: Tempo médio que o cliente espera na fila (em minutos) – referente ao mês de Fevereiro/2004, momento em que as agências já estavam padronizadas.....	44
Tabela 6: Número de reclamações relacionadas ao atendimento, recebidas na REOP-01, via sistema Fale Conosco.....	45

1 INTRODUÇÃO

Uma das grandes diretrizes de uma organização é conduzir e operar com sucesso a própria instituição, sendo necessário dirigi-la com posição transparente e sistemática. Este sucesso pode resultar da implementação e manutenção de um sistema de gestão que norteie a melhora contínua de desempenho, de acordo com as necessidades reais do dia-a-dia no trabalho.

A cada dia, a exigência cresce para a obtenção de melhorias nos processos que atinjam as necessidades e expectativas dos clientes.

Neste contexto, surgiu a necessidade de implementar uma política que objetive atender ao máximo às necessidades dos próprios clientes, tendo a proposta de organizar e padronizar os processos de atendimento numa agência de correios, da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, que será tratada neste estudo.

1.1 Caracterização da organização e seu ambiente

A Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) é uma empresa pública federal, com 100% do capital pertencente à União. Criada em 1969, em substituição ao Departamento de Correios e Telégrafos (DCT), pelo Decreto-Lei nº 509, de 20/03/1969, o foco da ECT está centrado na atividade postal em âmbito nacional e no relacionamento com as administrações postais dos demais países do mundo (Decreto nº83.726, de 17/07/1979, que aprova o estatuto da ECT).

A atividade postal, de acordo com a Constituição da República Federativa do Brasil, Art.21, Inciso X, é de competência da União. Por sua vez, o serviço telegráfico, de acordo com o Art.21, inciso XI, deve ser explorado “diretamente ou mediante concessão a empresas com controle acionário estatal”. Sendo que para ambos os casos, os serviços são operados em regime de exclusividade geral pela ECT.

A empresa está subordinada diretamente ao Ministério das Comunicações, fazendo parte da Administração Pública Indireta (Estatuto da ECT, Art.1º). A sede da ECT está estabelecida em Brasília/DF (Capital Federal). Sua estrutura é na forma funcional, tendo a sua administração dividida em 2 núcleos:

- a) Administração Central, em Brasília/DF, composta pelo Conselho de Administração, Diretoria, Presidência, Departamentos e Assessorias;
- b) Administração Regional, composta por 24 Diretorias regionais, que correspondem aos estados da federação (com exceção de: São Paulo, que está dividido em duas Diretorias Regionais,; Amapá e Pará, reunidos em uma só Diretoria Regional; idem para Goiás e Tocantins e para Acre e Rondônia).

Atualmente, o efetivo da ECT é formado por mais de 100.000 colaboradores efetivos e por mais de 20.000 colaboradores indiretos (abrangendo mão-de-obra terceirizada; estagiário de nível médio e superior; menores carentes e deficientes físicos contratados mediante convênios com instituições assistenciais).

A rede de atendimento é considerada a maior do Brasil, com mais de 12.000 pontos estabelecidos em todos os municípios brasileiros, entre mais de 5.000 agências próprias e 7.000 pontos terceirizados, entre agências franqueadas (estabelecidas em convênio com a iniciativa privada) e comunitárias (estabelecidas em convênio com Prefeituras Municipais).

A estrutura logística também é tida como a maior do País, com sistemas de transportes aéreo, terrestre e fluvial, chegando em todos os pontos do Brasil.

Na Diretoria da ECT (Administração Central), cada atividade é coordenada por uma área: Financeira, Comercial, Operacional, Administrativa, Recursos Humanos, Inspeção e Técnica. Sendo que cada uma fornece diretrizes para o estabelecimento de programas e normas a serem seguidas pelas Diretorias Regionais. Estas por sua vez, possuem estrutura funcional que reproduz a estrutura central, através de Gerências e Assessorias, sendo estruturadas conforme o porte da Diretoria Regional, em função do tamanho do mercado e do volume de atividade.

A Diretoria Regional de Santa Catarina (DR/SC) faz parte do Grupo IV, juntamente com as Diretorias Regionais de Brasília, Ceará, Goiás-Tocantins e Pernambuco (MANORG, módulo. 1, capítulo. 4, subitem 2). Está sediada em Florianópolis e abrange todo o estado de Santa Catarina, dispondo de cerca de 3.200 colaboradores.

A DR/SC é dividida em sub-regiões, chamadas Regiões Operacionais (REOP), com funções ligadas à gestão de operações e atividades comerciais. A estrutura de cada REOP varia também em função do mercado e do volume de atividade postal nas cidades abrangidas. O nosso Estado possui oito REOPs, localizadas em Florianópolis, Tubarão, Blumenau, Joinville, Lages, Joaçaba, Chapecó e Itajaí, na ordem de identificação (REOP-01 à REOP-08).

1.2 Problema da pesquisa

Segundo Roesch (1999), um problema pode ser definido tanto a partir da observação, como da teoria, ou ainda de um método que se queira testar.

Assim, tínhamos, no período anterior à implantação da padronização, a operacionalização das atividades de uma agência de correios sendo determinada pelo gerente

da agência, conforme seu grau de conhecimento, com as condições físicas disponibilizadas, com o volume e com a complexidade das atividades de trabalho. Este fato trazia dificuldades, já que não havia uma uniformidade sobre as atividades internas de uma unidade de atendimento, fato que gerava regularmente uma carga de retrabalho, pois criava atividades paralelas para execução por parte dos colaboradores daquela unidade. Assim, foi idealizada a padronização das atividades internas de uma agência de correios, focada na organização visual, implementada a partir da implantação do manual de padronização de agências, trazendo à tona a questão da representação das beneficidades que o mesmo traria para todos aqueles que estão envolvidos na área de atendimento da ECT.

Posto isto, delimitamos o problema da pesquisa deste estudo como sendo o seguinte:

Como descrever uma experiência de organização visual em correios , com base em um manual de padronização de agências ?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Descrever uma experiência de organização visual em correios, com base em um manual de padronização de agências.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Apresentar os itens que compõem o processo de operacionalização da padronização do gerenciamento visual e dos arquivos de uma agência de correios;
- b) Identificar os fatores que facilitaram e dificultaram a implantação da padronização;
- c) Apontar as contribuições obtidas com a padronização do gerenciamento visual e dos arquivos.

1.4 Justificativa

No atual momento do mercado, que está constantemente em transformações, é necessário que as empresas obtenham vantagens competitivas sobre as demais, utilizando-se cada vez mais de técnicas e de ferramentas inovadoras. Sendo assim, é fundamental que estas técnicas ou ferramentas sejam utilizadas de maneira eficiente antes dos concorrentes, proporcionando à empresa vantagens competitivas diante das demais que estão competindo num mesmo nicho mercadológico específico.

A necessidade de novas ferramentas que auxiliem a administração de uma maneira mais eficiente, substituindo métodos nem sempre apropriados para se trabalhar as informações, oportuniza a elaboração deste trabalho ao implementar um material que cumpra as metas de organização e de comunicação visual de um processo de atendimento de uma agência de correio. Além disso, o fato dos gestores valorizarem as ferramentas que

apresentem um possível aumento de competitividade, principalmente no campo da administração, é um fato que contribui para a execução do estudo, visto que a empresa vem demonstrando uma grande capacidade de se transformar, de acordo com as exigências do mercado.

Este projeto se mostra viável por tratar de uma análise de processo necessário à empresa, que com um grupo de trabalho, formado por colaboradores inseridos na área comercial e de atendimento dos Correios, proporciona diretrizes a serem implementadas com grande adequabilidade e com custo reduzido, já que os próprios clientes internos que dominam as atividades de execução, idealizaram as propostas de aplicação.

Como este projeto pretende apontar as contribuições de uma estrutura que compreende a padronização no processo de atendimento de uma agência de correio, área onde ocorre o primeiro contato da empresa com o cliente de seus serviços e produtos, sua importância dá-se a partir do momento que se percebe a visibilidade de um progresso dos procedimentos de atendimento, já que o propósito de agilizar as atividades é posto em prática com aplicabilidade constante.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com a evolução dos processos administrativos ocorreram reações que modificaram o perfil do administrador, principalmente com relação à aplicação de métodos e técnicas, nos diversos campos das ciências, que aliam os objetivos às necessidades, criando uma propulsão para a sobrevivência das organizações ao longo do tempo.

Neste enfoque, é necessária a busca incessante pela melhoria contínua das atividades organizacionais, criando e estabelecendo diferenciais que agregarão valor à mudança de paradigmas, que focalizam a plenitude institucional.

2.1 Qualidade

Com a crescente globalização dos mercados para o aumento das expectativas dos clientes, cria-se novas exigências. De acordo com Nadler (1994), os consumidores aceitam a variedade das opções, a princípio, como com uma satisfação e, em seguida, como um direito.

Assim, a qualidade entra em cena para aprimorar a metodologia das relações entre quem vende e quem compra, sendo favorável para ambos que no final associam um maior valor agregado ao item em questão.

Qualidade para Deming (1990) começa com a intenção que é dada pelos dirigentes institucionais, com vistas a alcançar o consumidor, tanto os atuais quanto os futuros, além de conjugar valores que podem sustentar conceitos criativos em cada etapa do procedimento humano na organização.

Na parte conceitual, a qualidade possui diversos conceitos expostos pelos estudiosos. Para Feigenbaum (1994), qualidade quer dizer o melhor para certas condições do cliente, sendo o verdadeiro uso e o preço de venda do produto. Segundo Juran (1989), qualidade é a adequação ao uso. Conforme Paladini (1994), qualidade corretamente definida é aquela que prioriza o consumidor. De acordo com Nadler (1994), qualidade é definida como uma oferta que corresponde, ou supera, as expectativas do cliente.

Juran (1989) sustenta que a qualidade é uma revolução contínua. Para seu êxito deve ser tratada como um processo, e como tal, deve ter uma gerência plena. Esse gerenciamento da qualidade é disposto em três processos gerenciais básicos, conhecidos como TRILOGIA JURAN, que são assim caracterizados: planejamento da qualidade, controle da qualidade e melhoramentos da qualidade.

Já para Crosby (1988) existem cinco pressupostos que podem distorcer o conceito de qualidade. Estes fazem parte do cotidiano das empresas e geralmente causam problemas na comunicação entre aqueles que executam. A seguir são descritos os pressupostos:

- a) Qualidade como sinônimo de virtude, luxo, brilho ou peso – Nesta situação o conceito atribui um valor relativo às coisas, isto é, interpreta-se como adjetivo. Essa interpretação é muito subjetiva. Para que isto não ocorra, o autor repassa a sugestão que se defina qualidade como “conformidade aos requisitos”;
- b) Qualidade é intangível e, portanto, incomensurável – Nesta análise define-se que a qualidade pode ser medida com toda a precisão, através do dinheiro. Sustenta-se que a qualidade é medida pelo seu custo: nada mais é do que despesa de não-conformidade. São os desperdícios de não se realizar o procedimento correto desde o princípio;
- c) Existe a economia da qualidade – Nesta visão não é necessário economizar, e ter qualidade é uma suposição de luxo. Sendo importante deixar claro que qualidade se faz na origem do processo, o que torna o trabalho mais barato desde o início;
- d) Os problemas de qualidade têm sua origem no operariado, sobretudo na fabricação – Isto aponta que alguns profissionais da qualidade centralizam suas atividades no departamento de produção, e neste, aleatoriamente, são encontrados meios para reduzir custos tidos como desnecessários. Mas, de tanto focalizar este departamento, muitos problemas são originados de outros departamentos como contabilidade, engenharia, marketing e tecnológico;
- e) Qualidade é originária do departamento de qualidade – Sustenta que o departamento de qualidade não deve adotar uma atitude paternalista no gerenciamento da qualidade, sendo, deste modo, o único responsável por este processo. Atuando desta maneira, este departamento está sujeito a identificar possíveis falhas, mas não ter controle sobre elas. O conceito de qualidade deve ser ampliado, repassado e disseminado por toda a instituição, de forma a propor a obtenção do comprometimento de todas os colaboradores com um grau inteiramente completo. (CROSBY, 1988, p. 112).

Um fator importante que as empresas devem levar em conta, segundo Deming (1990), é a questão dos lucros imediatos. O administrador que comanda sua organização com o objetivo de obter resultados fantásticos em curto prazo, certamente terá indicativo de competitividade não consolidável. Pois é muito cômodo distribuir dividendos prorrogando manutenção e promovendo cortes de pessoal. Posto isto, é interessante frisar que a distribuição de dividendos e a valorização de ações, por si sós, não melhoram a competitividade das organizações e nem contribuem para o bem estar material das pessoas, muito embora, sejam estes requisitos de avaliação dos gestores das empresas.

A administração precisa mudar, para poder frear a decadência de nossas indústrias. Contudo, esta mudança só ocorrerá, se as pessoas se envolverem e se comprometerem. Isto quer dizer que somente o elemento humano é capaz de proporcionar as transformações. Não serão somente as máquinas, os equipamentos modernos, computadores, etc. que executarão tal tarefa. O homem é o elemento chave, sem a sua sabedoria e competência, nada acontecerá. Entretanto, o seu trabalho isolado será inútil. Para que haja constância nos esforços, é preciso que o trabalho seja executado em equipe, juntamente com o conhecimento. (DEMING, 1990, p. 124).

Isto mostra que a qualidade é mais do que uma simples estratégia ou técnica estatística, é antes uma questão de decisão, que se reflete em políticas de funcionamento da organização, onde todas as instâncias organizacionais devem estar envolvidas e com o intuito de colaborar na efetivação de um modelo organizacional que contemple, da melhor forma, a qualidade como sendo o item de regência para a obtenção dos resultados necessários para a empresa prosperar nas melhores condições. Nesta analogia, a qualidade ganha reconhecimento, como uma das estratégias para o sucesso das organizações. Ela deixa de ser uma vantagem competitiva, tornando-se um fator essencial para a implementação de qualquer produto ou serviço.

O processo da qualidade teoriza novos pensamentos, através de um processo de melhoria, onde tudo o que possa estar em um nível de desempenho inferior, está incluído neste processo, pois a qualidade deve fazer parte da filosofia da organização para que a mesma se mantenha no mercado, fato que garantirá a sua própria sobrevivência.

Na adoção da qualidade, a empresa deve exercer um controle de seus processos, obtendo assim um melhor nível de melhorias, elevando a produtividade, evitando retrabalho, e reduzindo os seus custos.

Mas, para a obtenção desta plenitude, muitas são as abordagens a serem desenvolvidas e aplicadas à chegar num patamar sólido que ofereça condições de crescimento constante. Alguns dos itens que apontam isto são calcados na melhoria da qualidade dos processos, imperando a organização e a padronização.

2.2 Organização

De acordo com Chiavenato (1994, p.330), “a organização de uma instituição significa o ato de organizar, estruturar e integrar os recursos e os órgãos incumbidos de sua administração e estabelecer relações entre eles e atribuições de cada um deles”.

O significado de organização, conforme Chinelato Filho (1998), é a atividade voltada para a estruturação harmoniosa dos recursos disponíveis, com o intuito de promover uma atuação sistêmica eficiente e, assim, obter a esperada eficácia do conjunto.

Miranda (1974) coloca ainda que desde as épocas mais remotas existia a organização como uma atividade e permanente, onde se visava a racionalização, o aperfeiçoamento e a simplificação das ações para alcançar um maior rendimento, com o maior bem-estar e o menor esforço.

Assim, organização é colocada como um ato inicial para a implementação de mudanças organizacionais, onde são visadas melhorias contínuas nos mais diversos setores. Sua importância se justifica pela capacidade que ela tem de dispor os recursos materiais e

tecnológicos da instituição de forma eficiente e eficaz, melhorando a produtividade e a qualidade, minimizando os custos, os riscos e os esforços.

Apesar de toda a importância da organização para a empresa, este sistema requer atenção para sua implementação, de acordo Chinelato Filho (1994), já que inúmeros são os fatores internos e externos que ameaçam, de modo constante, a deteriorização das empresas, funcionando como pressões que sufocam a normalidade a ser mantida.

Desta forma, o gestor deve assumir o papel de analista, tendo que organizar as consistências da empresa, deixando-a funcionar de maneira harmônica com o diversos ambientes de relacionamento com a mesma, e agindo contra os fatores de tendem deteriorizar as atividades.

Entre os instrumentos de organização, destaca-se o arquivamento, que devido ao volume cada vez maior de informações que as empresas necessitam processar, selecionar e aplicar, a qualidade do arquivamento é imprescindível. O arquivo que tinha uma atribuição específica para a guarda de volumes propriamente dito, passa a cada dia a ser uma fonte segura para a tomada de decisões e consultas.

Segundo Miranda (1974), as funções básicas de um arquivo são:

- a) Recolhimento, seleção e classificação dos documentos a serem arquivados;
 - b) Garantia da conservação e restauração dos documentos;
 - c) Organização das fontes de pesquisa, agilizando a sua localização;
 - d) Pronto atendimento à consultas, mantendo o controle sobre as pesquisas.
- (MIRANDA. 1974, p. 78).

Para qualquer atividade, é estritamente necessário um arquivo bem organizado. Para isso, é importante definir-se um padrão, já que as informações tendem geralmente a ter um crescimento de acordo com as atividades desenvolvidas diariamente na elaboração de um acompanhamento ou uma análise específica de dados e / ou informações, por isso é primordial dispor de uma padronização.

2.3 Padronização

Segundo Campos (1992), a humanidade convive com a padronização há milhares de anos, e depende dela para sua sobrevivência. A padronização está em nosso vestuário, nos calçados, no tráfego de veículos, na distribuição e utilização de energia, nos materiais de construção, entre muitos outros. O autor destaca que grande parte das causas de problemas nas organizações brasileiras deve-se a seus funcionários que trabalham em turnos diferentes, executando a mesma tarefa de formas diferentes, acarretando variabilidade ao processo e, conseqüentemente, perdas em qualidade.

Ainda conforme Campos (1992) a padronização não se limita ao estabelecimento do padrão, mas inclui também sua utilização, pois de nada adianta redigir um procedimento ou uma instrução operacional e deixá-la guardada dentro de uma gaveta. Os colaboradores e usuários devem ser treinados nesse padrão para que o utilizem em seu dia-à-dia.

Além disso, a padronização surge como um fator preponderante para aplicar as idéias de melhoria, pois aplica de forma uniforme as bases estabelecidas para obtenção de melhores resultados, com objetividade no controle dos métodos aplicados.

As empresas possuem atualmente dois grandes desafios: adequar sua estrutura às necessidades do mercado e segurar a atuação dos agentes externos e internos que provocam sua degradação. Assim, um dos pontos que sustentam a empresa neste aspecto é o foco na manutenção da qualidade em todos os pontos: qualidade do produto, do serviço e do controle interno. A partir disso, a padronização tem a grande importância, conforme Campos (1992) realiza a seguinte menção:

Nas empresas modernas do mundo, a padronização é considerada a mais fundamental das ferramentas gerenciais. As pessoas que ocupam cargos gerenciais precisam entender que a padronização é o caminho seguro para a produtividade e competitividade ao nível internacional, pois é uma das bases onde se assenta o moderno gerenciamento. (CAMPOS, 1992, p. 01).

A crescente adequação das empresas às normas de gestão e garantia da qualidade, determinadas pela *International Organization for Standardization* (ISO), organização internacional de padronização, referencia a importância da padronização das empresas à normatização da qualidade total, buscando a certificação de seus processos.

Apesar de toda normatização, Campos (1992) considera que a padronização das empresas é enfatizada de modo voluntário (já que são dispostos os procedimentos a serem estabelecidos de forma própria). Sendo também que existem casos em que a padronização perfaz obrigatoriedade (exigidas por órgãos de poder governamental, fiscais, legais, entre outros).

A definição do termo padronização não se limita somente ao estabelecimento (consenso, padrão e registro) do padrão, mas inclui também a sua própria utilização. Conforme Barbosa (1995, p. 112), “padronização é a sistematização do que está sendo realizado na organização com vistas à estabilidade dos resultados; e a documentação visando a execução sistemática de processos repetitivos e relevantes, com melhores resultados”.

A padronização de um processo, e a conseqüente estabilidade dos resultados alcançados, permite a prática da delegação, que por sua vez produz enormes benefícios para as pessoas envolvidas no desempenho de suas funções. Isto afeta, de maneira extremamente positiva a performance da instituição.

Conforme Barbosa (1995), a implantação da padronização é composta de três fases:

- a) Preparação: estabelecer clima propício através da conscientização dos gestores, e dos demais colaboradores, para a necessidade da utilização dos padrões;
- b) Organização: elaborar um plano de implantação dos padrões para a aprovação do corpo gerencial da empresa, editar e controlar os padrões estabelecidos, levantar dados para avaliara a eficácia da padronização e revisar quando necessário os procedimentos da própria padronização;
- c) Implantação: definir a aplicação do sistema na prática. (BARBOSA, 1995, p. 116).

O padrão de um processo tem como objetivos básicos unificar os procedimentos para garantir a previsibilidade do resultado final e clarear para identificar o grau de interfuncionalidade das tarefas que compõem o processo.

É imprescindível a caracterização dos processos através de um modelo-padrão impresso, na forma de um manual, para a exposição e aplicação do sistema a ser padronizado, detalhando os procedimentos e metodologias de modo a conscientizar a todos aqueles que irão, de uma maneira ou outra, participar de toda a aplicação e desenvolvimento dos processos a serem padronizados.

Na elaboração de um procedimento operacional é necessário uma abordagem com objetividade e a adequação de linguagem às pessoas que a utilizarão, facilitando a compreensão do item a ser executado.

Na plena maioria dos casos, as organizações que adotam a padronização para regular procedimentos, os resultados são positivos nas mais diversas áreas (administrativa, vendas, técnica, produção, manutenção, suprimentos, entre outras).

Segundo Juran (1991), sem um padrão não existe uma base lógica para tomar uma decisão a agir. Assim, com esta afirmação o autor fundamenta a necessidade direta de sempre haver coordenadas que descrevam as atividades de um serviço ou procedimento.

Entre as etapas do método da padronização, considera-se a redação propriamente dita como uma das mais complexas e fundamentais do processo. Portanto nesta etapa toda a atenção é significativa, e geralmente confecciona-se um manual com as especificações e as informações primordiais para a implantação, a operação e a manutenção da padronização.

“O objetivo da manualização é permitir que a reunião de informações dispostas de forma sistematizada, criteriosa e segmentada atue como instrumento facilitador do funcionamento da organização”. (ARAÚJO, 2001, p. 107).

O manual é um instrumento de consulta permanente, muito embora não seja considerado o único material pela qual os agentes devam utilizar e usufruir para implementar o seu trabalho. Assim, o manual deve ser muito bem elaborado e bem apresentado, com muita clareza e lógica, onde estejam esplanadas a criatividade e o pleno conhecimento das questões relativas ao tema tratado.

2.4 Serviços

De acordo com Fitzsimmons & Fitzsimmons (2000), define-se serviços como sendo atividades fundamentais que integram a sociedade, mantendo funcionalidade à economia, possibilitando a partir de si, atividades de produção de bens, tanto no setor extrativista quanto no manufatureiro.

Com isso, o setor de serviços é muito abrangente. Schmenner (1999) caracteriza a abrangência deste setor como a inclusão de serviços nas áreas de saúde, de entretenimento, de educação, de transportes, de engenharia / jurídica / contabilidade, de comércio atacadista varejista, além da prestação de serviços em geral.

Fitzsimmons & Fitzsimmons (2000) afirma que os serviços compreendem a força vital de uma sociedade. Assim, podem ser considerados como sendo uma mola propulsora de uma economia que visa atingir o pleno progresso, com o crescimento de suas atividades residuais

2.4.1 Características dos serviços

Schmenner (1999) coloca que existem algumas características comuns a muitos setores de serviços, e menciona-as a seguir:

- a) Intangibilidade: não se pode tocar ou sentir;
- b) Impossibilidade de fazer estoque: consumo simultâneo a sua produção;
- c) Produção e consumo fisicamente unidos: feito e entregue;
- d) Entrada fácil no mercado: Não requer grande investimento;
- e) Influências externas: afetados por avanços tecnológicos, regulamentações governamentais, aumento preço de energia, entre outros. (SCHMENNER, 1999, p. 21).

A partir do exposto, consegue-se ter uma melhor caracterização sobre o tema.

2.4.2 Matriz de processos de serviços

Na prestação de serviços existem quatro processos de serviços distintos. A matriz dos processos de serviços (Figura 1) representa a visualização de um contraste entre a intensidade de mão-de-obra do processo de um lado e o grau de interação e customização do outro.

O quadrante Fábrica de Serviços possui intensidade de mão-de-obra relativamente baixa e também um grau baixo de interação com o cliente e customização.

O quadrante Loja de Serviço é representado na medida em que aumenta o grau de interação com o consumidor, onde a operação de fluxo dá lugar à operação de atendimento de pedidos.

O quadrante Serviços de Massa representa o alto grau de intensidade de mão-de-obra, com baixo grau de interação com o cliente.

O quadrante Serviços Profissionalizantes possui um grau de intensidade de mão-de-obra maior, aliado com um alto grau de interação com o cliente.

MATRIZ DE PROCESSOS DE SERVIÇOS		GRAU DE INTERAÇÃO E CUSTOMIZAÇÃO	
		Baixo	Alto
GRAU DE INTENSIDADE DE MÃO-DE-OBRA	Baixo	Fábrica de serviços <ul style="list-style-type: none"> - Companhias aéreas - Transportadoras - Hotéis - Centros de lazer e recreação 	Loja de serviços <ul style="list-style-type: none"> - Hospitais - Funilaria e mecânica de automóveis - Outros serviços de reparos
	Alto	Serviços de massa <ul style="list-style-type: none"> - Varejo - Atacado - Escolas - Aspectos de varejo das atividades bancárias comerciais 	Serviços profissionais <ul style="list-style-type: none"> - Médicos - Advogados - Contadoras - Arquitetos

FIGURA 1 – Matriz de Processos de Serviços

Fonte: Schmenner (1999, p. 25)

2.4.3 Encontro de serviço

O encontro de serviço é tido pelos estudiosos como a “hora da verdade”, ou seja, quando o cliente e o serviço encontram-se e interagem. Neste momento, Fitzsimmons & Fitzsimmons (2000) afirma que três atributos precisam ser claramente definidos (função do serviço / padrões do serviço / sistema da prestação de serviço), tornando o encontro de serviço uma experiência agradável aos envolvidos.

A função do serviço estabelece por que o serviço existe no mercado e o que o cliente realmente valoriza nele, transmitindo a essência do que o serviço fornece ao cliente. Os padrões do serviço definem a eficácia na prestação de serviços para o cliente. Os padrões são os controles de qualidade e da eficiência de custos na empresa de serviços. O sistema de prestação de serviços especifica como o serviço é produzido, incluindo um controle de qualidade, de custo e de satisfação ao cliente.

2.4.4 Produtividade de serviços

Segundo Schmenner (1999), a definição de produtividade é simples, sendo exposta pela seguinte fórmula:

$$\text{PRODUTIVIDADE} = \text{OUTPUT} / \text{INPUT}$$

Onde:

OUTPUT: Produção Final;

INPUT: Insumos.

Assim, por esta afirmação, temos uma idéia simples e convincente, onde pode-se a produtividade ao obter mais output por um dado nível de input, ou podemos ter mais produtividade obtendo o mesmo output, porém mediante o uso de menos input.

Na área de serviços, os inputs de mão-de-obra tendem a ser os mais importantes, sendo também não insignificantes os inputs de capital e materiais. Com isso, o controle efetivo destes itens contribuem para a melhoria da produtividade de uma empresa de serviços.

Devemos ter sempre em mente que é necessário melhorar a produtividade no setor de serviços. Conforme Schmenner (1999), a seguir são considerados cinco importantes maneiras de melhorar a produtividade:

- a) Substituição: troca da mão-de-obra por capital, ou seja, a utilização das máquinas com relação no trabalho humano, nos processos de produção de serviços;
- b) Remoção de desperdícios: que conta com as seguintes categorias: melhoria de métodos (consiste na aplicação de estudos de tempos e movimentos e na amostragem do trabalho), melhoria da qualidade (abrange técnicas de prevenção de falhas), meios baseados em tempo (concentração na relevância do tempo para identificar perdas num determinado processo), e modularidade (consiste em uma maneira comum de melhorar a produtividade nas funções de apoio);
- c) Redução da variância (desvio-padrão) e da variedade: com isso aumenta a produtividade, podendo ser através da padronização (eliminando a customização) e de uma menor interação (onde o cliente não tenha como interagir facilmente com o processo de serviço);
- d) Gerenciamento da demanda: como os serviços não tem estoque, o gerenciamento da demanda tende a aumentar a produtividade, transferindo demanda de períodos de pico para períodos de baixa, reduzindo filas e utilizando melhor a capacidade disponível, através de incentivos de preço;
- e) Economia de escala e de densidade: quando os serviços que demandam mais capital são ajustados à escala da operação, reunindo significativa demanda no mesmo tempo. (SCHMENNER, 1999, p. 44)

2.4.5 A qualidade em serviços

Em serviços, a avaliação da qualidade surge ao longo do processo da prestação, que geralmente ocorre entre o cliente e o funcionário da linha de frente da empresa.

De acordo com Fitzsimmons & Fitzsimmons (2000), a análise da satisfação do cliente com a qualidade do serviço, pode ser definida pela comparação da percepção do serviço prestado com a expectativa do serviço desejado. Assim, quando se excede a expectativa, o serviço é percebido como de qualidade excepcional, e também como uma agradável surpresa. Quando, no entanto, não se atende as expectativas, a qualidade do serviço passa a ser inaceitável quando se confirmam as expectativas pela percepção do serviço, a qualidade é satisfatória.

2.4.6 Dimensões da qualidade em serviços

Segundo Fitzsimmons & Fitzsimmons (2000), são identificadas cinco dimensões que os clientes utilizam para julgar a qualidade dos serviços:

- a) **Confiabilidade:** que é a capacidade de prestar o serviço prometido com confiança e exatidão;
- b) **Responsabilidade:** é a disposição para auxiliar os clientes e fornecer o serviço prontamente;
- c) **Segurança:** é o conhecimento e a cortesia dos funcionários, bem como sua capacidade de transmitir confiança e confiabilidade;
- d) **Empatia:** é demonstrar interesse, atenção personalizada aos clientes, incluindo como suas características: a acessibilidade, a sensibilidade e o esforço para entender as necessidades dos clientes;
- e) **Tangibilidade:** é a aparência das instalações físicas, equipamentos, pessoal e materiais para comunicação. (FITZSIMMONS & FITZSIMMONS, 2000, p.38).

Com isso, os clientes fazem seus julgamentos sobre a qualidade dos serviços, baseando-se na comparação entre o serviço esperado e o percebido. Sendo que a diferença entre a qualidade do serviço esperado e o percebido é uma medida de qualidade do serviço; a satisfação é negativa ou positiva.

3 METODOLOGIA

A pesquisa inicia-se com uma fase exploratória, onde se foca o conhecimento e a compreensão em torno do problema estabelecido, desenvolvendo, de uma forma mais detalhada, as contribuições proporcionadas com o processo da padronização das agências.

Neste estudo foram utilizadas as seguintes técnicas de coleta de dados:

- a) **Pesquisa bibliográfica:** item de extrema importância para a realização do trabalho, já que proporciona um maior entendimento sobre o assunto a ser trabalhado;
- b) **Análise documental:** através dela obteve-se um maior conhecimento sobre a empresa e seus processos;

Roesch (1999) aborda que a análise documental permite o entendimento de situações, conceituando a organização através de uma visão de dentro dela mesma.

- c) **Observação livre:** oportunizou a verificação dos fatos, tendo assim a exata percepção dos assuntos evidenciados.

A abordagem deste estudo tem uma predominância qualitativa, já que corresponde a fatos e processos que tem uma dificuldade em ser quantificados. Assim, decidiu-se pela abordagem qualitativa, em virtude da provável complexidade do tema do estudo.

Conforme Roesch (1999), a pesquisa qualitativa é apropriada para a avaliação formativa, quando se trata de melhorar a efetividade de um programa ou de um plano.

A análise dos passos para realização do estudo foi iniciada com a elaboração do manual de padronização de agências. Sendo descritos todos os temas que abrangem o gerenciamento visual e dos arquivos de uma agência de correios. Tendo logo após a oficialização dos itens dispostos no manual. Com isso, é realizada a aplicação de todos os pontos propostos. A partir de então, pode ser traçado um panorama que aponta os fatores que influenciam, facilitando e dificultando, a aplicação desta nova concepção, que são seguidos pelas contribuições que brotam na sua seqüência.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo, são apresentados e analisados os dados que permitem uma compreensão daquilo que envolve o estudo, disponibilizando subsídios para uma análise geral dos assuntos tratados.

A partir disso, explicitamos a seguir sobre a Região Operacional –01.

4.1 Região Operacional-01

Conforme o Manual de Organização da ECT (MANORG), a Região Operacional-01 (REOP-01) é o órgão encarregado de desenvolver atividades de coordenação, controle, supervisão e planejamento de atividades administrativas, comerciais e operacionais, conforme circunscrição geográfica da Grande Florianópolis, abrangendo as agências localizadas nas cidades de Florianópolis, São José, Palhoça, Biguaçu, Santo Amaro da Imperatriz, São Pedro de Alcântara, Governador Celso Ramos, Antônio Carlos, Paulo Lopes, Angelina, Águas Mornas e Rancho Queimado, que ao todo totalizam 21 agências de correios próprias. A REOP-01 está situada na Praça XV de Novembro, 242 – 1ºAndar – Centro – Florianópolis – SC – CEP 88010-915.

A título de informação, repassamos que no período em que o manual foi implementado a REOP-01 possuía também a designação de REV-01 (Região de Vendas-01), motivo pelo qual aparece esta nomenclatura no Manual de padronização de Agências.

Em 28/10/2001, a chefe da REOP-01 designou uma equipe de colaboradores (ANEXO A) para elaborar a padronização das agências de correios que compõem a REOP-01, cujo objetivo principal era o de definir um padrão que propiciasse a plena melhoria da operacionalização do gerenciamento visual e da organização dos arquivos de uma unidade de atendimento postal.

A equipe de trabalho desenvolveu o Manual de Padronização de Agências (ANEXO B), finalizando sua implementação em maio/2002. Sendo que a partir deste período, formaram-se 2 duplas dentre aqueles colaboradores da equipe que tinham maior disponibilidade para deslocamento e atuação na aplicação da padronização nas unidades.

4.2 Itens do manual de padronização de agências

Neste tópico, são apresentados e explicitados os itens que compõem o manual de padronização de agências. Isto faz-se necessário no intuito de passar uma visão mais apurada com relação ao documento que baseia este estudo acadêmico.

Inicialmente o manual contempla a visão e a missão da REOP-01 da Diretoria Regional de Santa Catarina. Na seqüência, são indicadas no manual as referências na qual foram verificadas para servir de subsídios na elaboração do manual de padronização de agências.

Em seguida, é mostrada a metodologia da padronização, o gerenciamento visual que abrange todo o espaço de hall e de atendimento, englobando o hall público, o quadro de avisos, a escrita pública, a entrada da unidade, a área de caixa postal, a área de expedição e de distribuição, e a área de almoxarifado. No prosseguimento, é referenciada a organização de arquivo da agência, seguido pelo certificado de padronização e a manutenção do mesmo.

A seguir, relacionamos os tópicos mencionados no manual com explicitações de cada um deles:

- a) **Visão:** elaborada a partir de uma aspiração da equipe de trabalho, projetando o alcance de uma posição de excelência em âmbito nacional, visto a idéia pioneira da prática de padronização no segmento de agências;
- b) **Missão:** dispõe sobre o objetivo principal do manual de padronização de agências, atendendo a plena satisfação de todos os envolvidos;
- c) **Referências:** especifica os materiais utilizados como fonte de inspiração para o desenvolvimento da padronização das unidades;
- d) **Metodologia da padronização:** conceitua a efetivação da padronização, orientando o modo pelo qual ela se realiza nos tópicos de gerenciamento visual e organização e padronização de arquivos;
- e) **Gerenciamento visual:** estabelece padrões de sinalização e visualização de uma agência, através do posicionamento de placas indicativas;
- f) **Hall público:** compreende a orientação de marcação de fila, através de fita adesiva demarcatória de solo, além de informações dispostas de placas indicativas contendo os horários de atendimento e de limite de postagem;
- g) **Quadro de avisos:** concentra a exposição dos cartazes com informações gerais e específicas sobre produtos e serviços postais, além de tarifas postais, serviço de atendimento de clientes, a missão e a visão;
- h) **Escrita pública:** define a utilização de canetas, acondicionadas em invólucros de metal, retidas por meio de cordão metálico, para utilização dos clientes,

afixadas em mesas de hall, dispostas no espaço do fluxo de clientes dentro das agências de correios;

- i) **Entrada da unidade:** compreende a sinalização da fachada da agência (onde é exposta placa luminosa com a logomarca da empresa), acesso à unidade (com rampa de acesso à deficientes – quando necessária) e tapete capacho com a marca Correios), persianas e portas de acesso (contendo fita adesiva em modelo painel com a marca Correios);
- j) **Caixa postal:** abrange sobre a placa indicativa de lacre, quando a mesma estiver disponível, e quando a caixa estiver locada deve-se discriminar sua numeração com a identificação;
- k) **Atendimento:** dispõe identificação de itens de utilização habitual do atendente (carimbos, porta-caneta e cliques, guichê – gavetas e módulos auxiliares, caixetas, malotes e painel coletor), além de itens adicionais (como lixeiras, prismas, acesso restrito e banheiro);
- l) **Expedição e distribuição:** especifica indicação visual através de etiquetas em manipuladores e escaninhos, e por placas indicativas na triagem de objetos para expedição;
- m) **Almoxarifado:** determina o acondicionamento de materiais de consumo e formulários em caixas organizadoras (Figuras 2, 3, 4e 5), onde o conteúdo está identificado através de placa indicativa. Esta forma de acondicionamento representa uma enorme vantagem, já que melhora a conservação do material (pois os mesmos não ficam mais expostos em prateleiras abertas) e otimiza o espaço (pois limita a área de guarda);



FIGURA 2 – Caixa organizadora com material de consumo

Fonte: Manual de Padronização de Agências – REOP-01



FIGURA 3 – Caixa organizadora com material de consumo

Fonte: Manual de Padronização de Agências – REOP-01



FIGURA 4 – Caixa organizadora com formulários em pastas suspensas

Fonte: Manual de Padronização de Agências – REOP-01



FIGURA 5 – Caixa organizadora com formulários em pastas suspensas

Fonte: Manual de Padronização de Agências – REOP-01

- n) **Organização e padronização dos arquivos:** são estabelecidas através da ferramenta da matriz de registro (Tabela 1), que é uma planilha que compreende todos os documentos para arquivamento numa agência de correio, propondo uma uniformização no acondicionamento dos itens, abrangendo as formas de identificação, indexação, coleta, localização, tempo de retenção, prazo de arquivo e identificação do arquivo);

Código da placa	Identificação	Indexação (modo de arquivamento)	Coleta (arquivamento)	Localização	Tempo de retenção	Prazo para arquivo – Eliminar	Identificação do arquivo morto
PCI-1	Lista de Registro	Por data de recebimento/expedição	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	1 mês	15 meses	Caixa de arquivo – Lista de Registro

TABELA 1 – Matriz de registros.

Fonte: Manual de Padronização de Agências

- o) **Certificado e manutenção da padronização:** no momento em que é finalizado o processo de padronização em uma agência de correios, é emitido um certificado de padronização, atestado pela chefia da REOP-01 e por dois

integrantes da equipe de padronização. A partir deste momento, o gestor da agência assume compromisso na manutenção da padronização na unidade, tendo que se sujeitar à avaliações pós-certificação que determinarão a permanência ou não da certificação fornecida anteriormente.

Após a explicitação dos itens do manual, podemos ter uma melhor condição de avaliar e identificar os fatores que influenciam positivamente e negativamente para inserir a padronização.

4.3 Fatores que facilitaram a implantação da padronização

Logo abaixo, relacionamos os itens que incidiram de modo a facilitar as ações para aplicação da padronização:

- a) **Comprometimento da equipe de padronização:** a equipe de trabalho foi formada por pessoas que possuem o conhecimento completo do funcionamento de uma agência de correios, que tinham participação anterior em trabalhos relacionados à gestão de qualidade e produtividade dentro da própria ECT, e que sobretudo têm a consciência de que a proposta para a padronização de agência, no que tange os itens de atendimento, traz benefícios nas ações do dia-a-dia daqueles que de uma forma ou de outra interagem com estes. Com isto, revelou-se um concreto comprometimento dos participantes na elaboração e aplicação da padronização, já que os frutos desta empreitada iriam ser colhidos

por toda a equipe, pois todos num ponto geral têm um contato profissional com o atendimento de uma agência de correios, fato que indica a razão de melhorias no processo. Aliado a isso, a boa conduta profissional de todos dignifica e ratifica a boa vontade aplicada ao longo de todo este processo;

- b) **Apoio da alta cúpula:** Paladini (1995) explicita que é fundamental haver uma interação entre os níveis da organização, passando o completo entendimento do processo de padronização para os níveis estratégico, tático e operacional, afirmando assim o valor de cada um dentro da implementação. Assim, as ações que ofereçam e propiciam melhorias na prestação de serviços da ECT são devidamente apoiadas e referenciadas pela direção da empresa. Uma prova disso é a certificação da Agência de Correios Cidade Universitária, de Florianópolis/SC, pela norma da ISO 9000. Esta certificação tem uma avaliação de manutenção semestral. A DR/SC mantém um orçamento anual para programas e projetos de qualidade que atingem o montante de cerca de R\$ 50.000,00 (Fonte: Plano de Trabalho Regional – PTR / 2004);
- c) **Disponibilidade de recursos administrativos, financeiros e tecnológicos:** para o correto desempenho da padronização é fundamental possuir subsídios para dar continuidade prática aos itens idealizados. Com isso, envolvem-se recursos que movimentarão toda a engrenagem. A REOP-01 garantiu os recursos administrativos (através de locação de veículo, confecção de fotocópias, disponibilização de espaço físico para a realização de reuniões e a elaboração de trabalhos, entre outros), recursos financeiros (através do repasse de valores para adquirir materiais de consumo, caixas organizadoras, etiquetas e placas indicativas, entre outros) e recursos tecnológicos (através da utilização de *notebook*, *scanner*, máquina fotográfica digital, entre outros);

- d) **Treinamento no local de trabalho:** todo o treinamento dos colaboradores das agências foi realizado no próprio local de trabalho, facilitando assim a aplicação prática, a interação entre os ensinadores e os ensinados e a redução dos custos de deslocamento dos funcionários das agências, evitando deste modo dispêndios com diárias e passagens até a sede da REOP-01;
- e) **Contribuição para a melhoria do aspecto visual da agência:** com a padronização, ficou mais claramente distribuída a disposição dos elementos que compõem um espaço de atendimento postal, fato que reflete na melhoria do aspecto visual, já que cada item tem seu lugar definido para estar. Além da própria uniformidade que cria toda uma estruturação indicativa, através de placas e etiquetas que estabelecem um panorama de organização.

4.4 Fatores que dificultaram a implantação da padronização

A seguir, destacamos os pontos que de certa forma dificultaram as ações para concretização da padronização:

- a) **Não disponibilidade dos componentes da equipe de padronização permanecerem em tempo integral para esta finalidade:** os membros da equipe de trabalho não tiveram todo o período com dedicação exclusiva ao projeto de padronização. Isto porque todos tinham atribuições profissionais diárias específicas (a equipe dispunha de coordenadores administrativos, chefes e supervisores de agências), e não podiam deixá-las sem execução. Assim, a

padronização foi trabalhada em períodos onde houvesse de carga de trabalho menor para os componentes. Em razão disto, a duração do projeto abrangeu um período maior do que o esperado;

- b) **Possuir limites de custos com os materiais:** como toda a empresa pública, a ECT também possui orçamento em seus recursos. Como o montante projetado para a realização do projeto de padronização era maior do que o orçamento disponível no período mensal, foi necessário acumular recursos de alguns meses para concretizar e implementar as ações traçadas;
- c) **Resistência à mudanças de alguns atendentes:** com a aplicação da padronização em desenvolvimento, existiu certas desconfiças de alguns atendentes das agências, com relação as alterações no desenvolvimento das atividades no processo de atendimento já utilizado que ela vinha a propor. Com isso, houve alguma relutância ao não cumprimento das questões trazidas pela padronização, isto porque estas alterações influenciaram em dificuldades e em atividades extras para aqueles lidavam diretamente no processo. A partir de uma maior conscientização das contribuições que teríamos com a padronização, ocorreu uma maior aplicação de todos, pois ficou evidenciado que o ganho de produtividade e de satisfação seriam de todos.

4.5 Contribuições obtidas com a padronização do gerenciamento visual e dos arquivos

Apresentamos, a seguir, as contribuições que foram evidenciadas a partir da implantação da padronização:

- a) **Diminuição no tempo de atendimento do cliente:** este item foi aferido e comprovado pelo Sistema de Gerenciamento de Agência (SGEA). O SGEA compreende um software que administra e gere os itens relacionados ao atendimento (controlando inúmeras estatísticas relacionadas ao tempo de atendimento de um guichê, abrangendo também todos os guichês, de uma agência de correios). Nas agências que já dispõem do SGEA instalado há mais de 1 ano, conseguimos resgatar no histórico, e podemos fazer uma verificação onde constata-se, pela visualização das tabelas 2 e 3, uma diminuição no tempo médio de atendimento em torno de 15% após a implantação da padronização;

AGÊNCIAS / SERVIÇOS	BIGUAÇU	CIDADE UNIVERSITÁRIA	CENTRAL	ESTREITO
<i>Sedex</i>	3,1	2,8	3,3	2,9
<i>Carta Registrada</i>	3,7	3,5	3,8	3,4
<i>Carta Simples</i>	1,2	1,1	1,2	1,0
<i>Recebimento de Contas</i>	2,5	2,6	2,6	2,7

TABELA 2 – Tempo médio de atendimento do cliente (em minutos) – referente ao mês de Julho/2003, momento em que as agências ainda não estavam padronizadas.

Fonte: SGEA - Sistema de Gerenciamento de Agência.

AGÊNCIAS / SERVIÇOS	BIGUAÇU	CIDADE UNIVERSITÁRIA	CENTRAL	ESTREITO
<i>Sedex</i>	2,7	2,5	2,8	2,5
<i>Carta Registrada</i>	3,3	3,1	3,2	3,0
<i>Carta Simples</i>	1,0	0,9	1,0	0,8
<i>Recebimento de Contas</i>	2,1	2,2	2,1	2,3

TABELA 3 – Tempo médio de atendimento do cliente (em minutos) – referente ao mês de Fevereiro/2004, momento em que as agências já estavam padronizadas.

Fonte: SGEA - Sistema de Gerenciamento de Agência.

- b) **Diminuição no tempo de espera na fila:** semelhante a primeira contribuição, esta também foi aferida e comprovada pelo SGEA, que igualmente compreende um controle das estatísticas relativas ao tempo de espera na fila de uma agência de correios). Realizamos uma averiguação onde constata-se, pela análise das tabelas 4 e 5, uma diminuição no tempo de espera atingindo cerca de 10% após a implantação da padronização;

AGÊNCIAS / CLIENTES	BIGUAÇU	CIDADE UNIVERSITÁRIA	CENTRAL	ESTREITO
Cliente Normal	4,8	4,6	6,7	3,9
Idoso / Grávida / Portador de necessidades especiais	3,3	3,2	3,7	2,8

TABELA 4 – Tempo médio que o cliente espera na fila (em minutos) – referente ao mês de Julho/2003, momento em que as agências ainda não estavam padronizadas.

Fonte: SGEA - Sistema de Gerenciamento de Agência.

AGÊNCIAS / CLIENTES	BIGUAÇU	CIDADE UNIVERSITÁRIA	CENTRAL	ESTREITO
Cliente Normal	4,4	4,1	6,1	3,5
Idoso / Grávida / Portador de Necessidades Especiais	3,0	2,9	3,4	2,5

TABELA 5 – Tempo médio que o cliente espera na fila (em minutos) – referente ao mês de Fevereiro/2004, momento em que as agências já estavam padronizadas.

Fonte: SGEA - Sistema de Gerenciamento de Agência.

- c) **Satisfação no atendimento pelo cliente:** a satisfação é considerada a partir da diminuição dos tempos de atendimento e de espera na fila, mostrados

anteriormente. Sendo também que a aferição desta satisfação é representada pela redução do número de reclamações, recebidas via Sistema Fale Conosco (ouvidoria da ECT na Internet e no 0800), relativas ao atendimento nas agências. Pela tabela 6, evidencia-se uma diminuição das reclamações relacionadas ao atendimento em torno de 60%, cuja contribuição dada pelo processo da padronização foi essencial, já que em Fevereiro/2003, a padronização não havia sido introduzida nas agências, e em Fevereiro/2004, a padronização já havia sido concluída;

MÊS	FEV/2003	JUL/2003	NOV/2003	FEV/2004
RECLAMAÇÕES NO ATENDIMENTO	21	17	13	09

TABELA 6 – Número de reclamações relacionadas ao atendimento, recebidas na REOP-01, via sistema Fale Conosco.

Fonte: Sistema Fale Conosco (ouvidoria da ECT na Internet e no 0800).

- d) **Satisfação do atendente:** quando Fitzsimmons & Fitzsimmons (2000) transcreve que o encontro do serviço é a “hora da verdade”, ou seja, quando o cliente e o serviço encontram-se e interagem, temos a oportunidade de caracterizar este item como uma representação através da valorização do trabalho e do esforço desempenhado pelo atendente, pois com a padronização esta execução de serviço ficou em evidência, tornando o atendente como sendo a reprodução da imagem maior pela manutenção de todo o processo. Isto tudo, veio a focar e valorizar um trabalho bem realizado pela pessoa executante, que, sem dúvida alguma, expele toda a sua satisfação;
- e) **Melhor dimensionamento e utilização dos recursos:** Paladini (1999) expõe que a economia proporcionada por um processo de qualidade condiciona um maior volume de vendas e uma maior segurança para a empresa, pois dá uma

maior consistência à organização, assegurando assim a sua sobrevivência. Assim, com o gerenciamento visual do espaço de atendimento e dos arquivos da agência, consegue-se realizar uma gestão mais eficiente com relação ao dimensionamento e a utilização dos recursos, pois o desperdício fica, de certo modo, controlado, já que todos entendem a padronização, e tem nela uma força de evitar itens supérfluos, colocando no espaço de atendimento somente aquilo que realmente é necessário para o desempenho de suas atividades, o que faz com que haja uma conseqüente diminuição dos custos;

- f) **Possibilidade de uniformizar as posições de atendimento:** com a aplicação da padronização, a questão da uniformidade no guichê de atendimento é tratada em termos gerais nas agências pertencentes a jurisdição da REOP-01. Posto isso, é uma conseqüência ter as posições de atendimento com uma grande semelhança entre as mesmas. Assim, traça-se um bom perfil com relação ao atendimento de todas as agências, já que todos dispõem do “leque” de recursos para prestação de um serviço de qualidade e de eficiência;
- g) **Condições de substituição imediata:** como há a uniformidade das posições de atendimento, um atendente que trabalha numa unidade postal não terá nenhuma dificuldade na execução de um serviço quando houver a necessidade em substituir outra posição de trabalho numa outra agência, já que esta outra posição terá as mesmas características e disposições de sua real posição de trabalho;
- h) **Aumento da receita:** definida a partir da melhor satisfação do cliente e do atendente com relação ao atendimento. Isto faz com que haja uma maior sinergia entre ambos, condicionando a uma disponibilidade no oferecimento, por parte do atendente com relação ao cliente, de mais produtos e serviços

oferecidos pela ECT, evidenciando sua característica de vendedor. Considera-se também a diminuição no tempo de atendimento, pois se restringido este tempo, conseqüentemente o número de atendimentos durante um turno de trabalho aumentará. Diminuindo também o tempo de espera na fila, se reduzirá o número de clientes que desistem do atendimento em razão de não suportarem aguardar serem chamados. Estas afirmações, refletem tendências que apontam para o aumento da receita;

- i) **Otimização do espaço para arquivamento:** com a utilização das caixas organizadoras, consegue-se reduzir qualquer desperdício com relação ao espaço no arquivamento, já que os materiais podem ser acondicionados de forma compactada e através das pastas suspensas. A título de informação, anteriormente eram utilizados para arquivamento, armários de escritório de madeira, onde os itens permaneciam dispostos todos lado a lado.

Isto posto, podemos direcionar, a partir deste momento, o encaminhamento para as considerações finais sobre o estudo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a análise realizada, podemos considerar que o gerenciamento visual e a organização e padronização de arquivos de uma agência de correios, utilizando-se da aplicação de um manual de padronização, é um item que descreve e estabelece uma nova sistemática de processos, focando uma maior eficiência na implementação de um atendimento postal, proporcionado pelas condicionantes que contribuem para a melhoria do tratamento entre os participantes (atendente e cliente).

Após a apresentação e a análise dos dados, conseguimos observar que as melhorias alcançadas, no processo de atendimento, são visíveis e latentes, representando um conseqüente aumento de competitividade, representado pelas contribuições apontadas com o processo de padronização, o que retrata uma capacidade ímpar para atender as exigências impostas pelo mercado.

Isto exhibe um direcionamento concreto para o estabelecimento de uma solidez na execução do processo de atendimento, já que o conjunto dos itens está pré-determinado à execução, conforme descreve o manual. Assim, estará explicitando uma vontade real em se adaptar às melhorias, o que figura como sendo uma vantagem competitiva, pois mesmo conhecendo a ECT, que representa uma empresa de grande porte que consegue ter mobilidade para adotar mudanças que norteiam seu crescimento, sabemos que ela está atenta para a resolução de possíveis entraves que podem vir a causar dificuldades nas execuções do dia-a-dia de seus colaboradores.

A partir das contribuições apontadas neste estudo, podemos considerar que as melhorias deste método (padronização) são evidentes e que os resultados tem importância fundamental para a evolução do processo de atendimento numa agência de correios. Assim, todo este

panorama de melhorias tratadas referencia sempre a busca pela excelência na execução dos serviços da ECT, o que reflete em todos que, de uma forma ou de outra, participam de elaboração e da execução da prestação de serviços da empresa, caracterizando toda a importância deste estudo.

Após estas considerações, podemos destacar como uma recomendação geral, a implantação da padronização dos processos de gerenciamento visual e de organização dos arquivos, para as agências de correios subordinadas às outras REOPs da DR/SC, e também para as demais Diretorias Regionais da ECT.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Luis C. **Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional**: arquitetura, benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia. São Paulo: Atlas, 2001.

BARBOSA, Eduardo F. et al. **Implantação da qualidade total na educação**. Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1995.

BRASIL. **Decreto n.º 83.726**, de 17 de julho de 1979. Aprova o estatuto da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos. Brasília: Governo Federal, 1979.

BRASIL. Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos. **Manual de organização – MANORG**. Brasília: ECT, 1998.

CAMPOS, Vicente F. **Padronização de empresas: qualidade total**. Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1992.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de empresas: uma abordagem contingencial**. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

CHINELATO FILHO, João. **Organização e métodos integrados à informática**. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

CROSBY, Philip. **Qualidade é investimento**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

DEMING, William E. **Qualidade: a revolução da administração**. Rio de Janeiro: Saraiva, 1990.

DRUCKER, Peter F. **Administrando em tempos de mudanças**. São Paulo: Publifolha, 1999.

ERDMANN, Rolf H. **Administração da produção: planejamento, programação e controle**. Florianópolis: Papa Livro, 2000.

FEIGENBAUM, Armand V. **Controle da qualidade total**. São Paulo: Makron Books, 1994.

FITZSIMMONS, James A. FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de Serviços**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

JURAN, Joseph M. **Controle da qualidade**. São Paulo: McGraw Hill, 1991.

_____. **Juran na liderança para a qualidade**: um guia para executivos. São Paulo: Pioneira, 1989.

MATTAR, Fauzi N. **Pesquisa de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998, v.1.

MARANHÃO, Mauriti. **A Série 9000**: manual de implementação. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1993.

MIRANDA, Geraldo. **Organização e métodos**. São Paulo: Atlas, 1974.

NADLER, Davis et al. **Arquitetura organizacional**: a chave para a mudança empresarial. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

PALADINI, Edson P. **Qualidade total na prática**. São Paulo: Atlas, 1994.

_____. **Gestão da qualidade no processo**: a qualidade na produção de bens e serviços. São Paulo: Atlas, 1995.

ROESCH, Sylvia M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SCHMENNER, Roger W. **Administração de operações em serviços**. São Paulo: Futura, 1999.

ANEXO A - PORTARIA DE DESIGNAÇÃO - EQUIPE DE TRABALHO

EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS DIRETORIA REGIONAL DE SANTA CATARINA	PRT/REOP-01/SC/ 0059/2001
EMI: 28/11/2001	VIG: 01/03/2002

ASSUNTO: DESIGNAÇÃO DE EMPREGADO

DISTRIBUIÇÃO: REOP-01/FNS, GERÊNCIA DE RECURSOS HUMANOS, AC/ESTREITO, AC/CIDADE UNIVERSITÁRIA, AC/CENTRAL FNS, AC/ARTHUR MARIANO, AC/BIGUAÇU.

REFERÊNCIA: MANORG 2/4 ANEXO "0" ITEM 5

1. Designo, a partir de 28/11/2001, os empregados abaixo, a fazerem parte da Equipe que irá padronizar as Unidades de Atendimento da REOP-01/FNS, inspirados no Manual da Qualidade da AC/Cidade Universitária.

- ADRIANA DO NASCIMENTO AQUINI, Técnico em Atendimento e Vendas Junior, matrícula 8.707.474-5, da lotação REOP-01/FNS
- MÁRCIA REGINA KOHLER, Assistente Administrativo III, matrícula 8.704.440-4, da lotação CAD/REOP-01/FNS.
- PEDRO DE SOUZA MORAES, Técnico de Atendimento e Vendas Sênior, matrícula 8.700.462-3, da lotação AC/BIGUAÇU;
- SOTTER ANTÔNIO RODRIGUES PAZ, Técnico de Atendimento e Vendas Júnior, matrícula 8.707.283-1, da lotação AC/ARTHUR MARIANO;
- LUCIANA SATURNINO, Monitor Postal, matrícula 8.703.816-1, da lotação AC/CENTRAL FNS;
- ELIANE CECHINEL PAZ, Técnico de Atendimento e Vendas Junior, matrícula 8.706.143-0, da lotação AC/CENTRAL FNS;
- GABRIEL ALEXANDRE GANDOLFI DA SILVA, Técnico de Atendimento e Vendas Junior, matrícula 8.707.477-0, da lotação REOP-01/FNS..

LEONI MARGARIDA SIMM
CHEFE DA REGIÃO OPERACIONAL-01/FNS
ECT/DR/SC

* * * * *

FBE/fbe

ANEXO B - MANUAL DE PADRONIZAÇÃO DE AGÊNCIAS

EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS
DIRETORIA REGIONAL DE SANTA CATARINA
REGIÃO DE VENDAS - 01

MANUAL DE PADRONIZAÇÃO DE AGÊNCIAS

Florianópolis, maio de 2002

ÍNDICE

VISÃO	04
MISSÃO	04
REFERÊNCIAS	04
METODOLOGIA DA PADRONIZAÇÃO	05
1 GERENCIAMENTO VISUAL	05
1.1 HALL PÚBLICO	05
1.2 QUADRO DE AVISOS	06
1.3 ESCRITA PÚBLICA	07
1.4 CAIXA DE SUGESTÕES	07
1.5 ENTRADA DA UNIDADE	07
1.5.1 Sinalização da fachada	07
1.5.2 Acesso à unidade	07
1.5.2.1 Capacho	07
1.5.2.2 Rampa de acesso	07
1.5.3 Persianas e porta de entrada	07
1.6 CAIXA POSTAL	08
1.7 ATENDIMENTO	08
1.7.1 Carimbos	09
1.7.2 Porta canetas e cliques	09
1.7.3 Guichê	09
1.7.3.1 Gavetas para numerário	09
1.7.3.2 Gavetas do guichê	09
1.7.3.3 Módulos auxiliares	09
1.7.4 Caixetas cativas	09
1.7.5 Malote azul	10
1.7.6 Painel coletor	10
1.7.7 Identificação do guichê	10

1.8 ITENS ADICIONAIS	10
1.8.1 Prismas de mesa	10
1.8.2 Lixeiras	10
1.8.3 Missão e visão	11
1.8.4 Acesso restrito e WC	11
1.9 EXPEDIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO	11
1.9.1 Manipuladores e escaninhos	11
1.9.2 Triagem de objetos para expedição	11
1.10 ALMOXARIFADO	11
1.10.1 Acondicionamento de material de consumo e formulários	12
2 ORGANIZAÇÃO E PADRONIZAÇÃO DE ARQUIVOS	13
3 CERTIFICADO E MANUTENÇÃO DA PADRONIZAÇÃO	14

ANEXOS

ANEXO 1 – Matriz de placas indicativas	15
ANEXO 2 – Matriz de registros	19
ANEXO 3 – Placas indicativas	27
ANEXO 4 – Formulário de Levantamento de necessidades e matriz de necessidades de materiais	52
ANEXO 5 – Check-list da padronização	67
ANEXO 6 – Certificado da padronização	71
ANEXO 7 – Placa indicativa de missão e visão da organização	73
ANEXO 8 – Matriz de previsão de custo para a padronização	75
ANEXO 9 – Portaria do Grupo de Trabalho	76

VISÃO

A Região de Vendas – 01 da Diretoria Regional de Santa Catarina deseja ser referencial nos Correios do Brasil em excelência na organização de agências, seja no gerenciamento visual seja na otimização de recursos e espaços.

MISSÃO

Organizar e padronizar os processos de arquivamento, armazenamento e gerenciamento visual das agências garantindo a satisfação dos clientes internos e externos com relação ao ambiente.

REFERÊNCIAS

O grupo de trabalho designado para padronizar as unidades de atendimento da REOP-01, criado pela portaria PRT/REOP-01/SC/0059/2001, constante no anexo 9, se inspirou nos seguintes trabalhos:

- Manual da Qualidade da AC/Cidade Universitária;
- Manual de organização – Categoria I e II, elaborado pela extinta Gerência de Atendimento da Diretoria Regional de Santa Catarina, Seção de Planejamento e Organização;
- Projeto de padronização de agências, elaborado pela Gerência de Atendimento da Diretoria Regional do Rio de Janeiro.

Com base nestes documentos, em conjunto com a experiência dos membros do grupo de trabalho, foi desenvolvido este manual para a padronização das unidades de atendimento da Região Operacional – 01 da Diretoria Regional de Santa Catarina, embora o grupo almeje que este material seja um referencial nacional nos Correios, pois tem aplicabilidade em qualquer agência de atendimento do país.

METODOLOGIA DA PADRONIZAÇÃO

A operacionalização da padronização se efetivará a partir de dois métodos: gerenciamento visual e organização e padronização de arquivos.

O método do gerenciamento visual, que será descrito no item 1, abrange as orientações e os padrões relacionados a toda e qualquer comunicação visual necessária nas agências de todas as categorias, com base na matriz de placas indicativas.

O método de organização e padronização de arquivos está baseado na matriz de registros, que será detalhada no item 2.

1. GERENCIAMENTO VISUAL

O gerenciamento visual compreende estabelecer um padrão de todas as placas indicativas necessárias na agência, além da definição de padrões de sinalização e comunicação visual da agência.

Todas as placas indicativas necessárias estarão descritas na matriz de placas indicativas, constante no anexo 1, representando uma ferramenta de fácil consulta e de grande importância, principalmente na fase de implantação da padronização.

A matriz é composta de quatro itens:

- a) **Código da placa indicativa:** cada placa (etiquetas de identificação ou placas de PVC) será identificadas por um código sequencial.
- b) **Tipo de placa:** é a descrição, a função da placa na unidade.
- c) **Localização da placa na unidade:** é a descrição detalhada do local onde a placa será afixada na unidade.
- d) **Localização do modelo da placa no manual:** onde localizar o modelo da placa no manual, com todas as especificações necessárias (dimensões, material e tipo e cor de letra).

1.1 HALL PÚBLICO

Sendo o hall público o espaço destinado à acomodação dos clientes para o atendimento, dever-se-á ter cuidado especial com a sinalização que constitui no seguinte:

Fita adesiva demarcatória de solo, cor amarela (50mm) na fila e os adesivos de "ENTRADA" e "AGUARDE" na fila única, conforme especificado na matriz de placas indicativas código PCI-14.

No hall público da agência deverão estar afixadas as seguintes placas indicativas: de dias e horário de atendimento e limite de postagem (PCI-35), de serviços prestados (PCI-36) nas agências categoria 1 a 4, e de banco postal para as unidades que estejam atuando como banco (PCI-37).

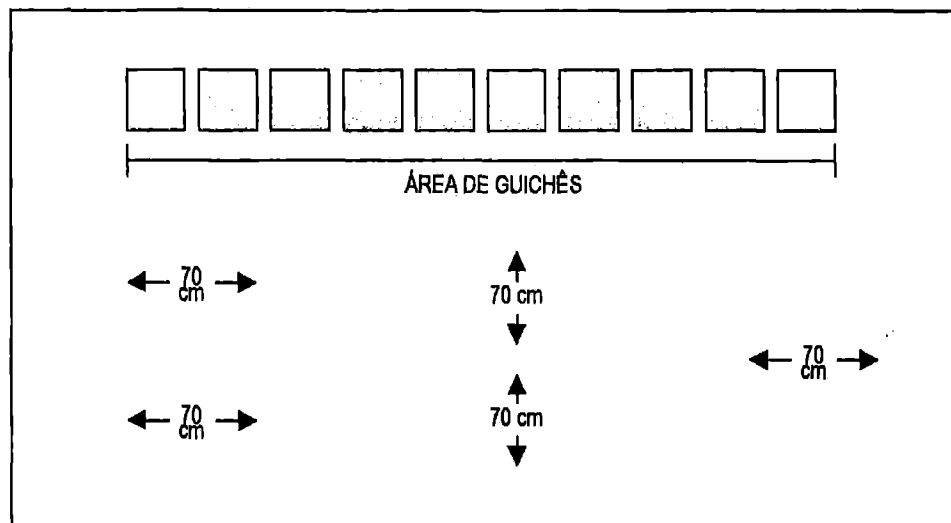


Figura 1 – Visualização do hall público

No entanto, este modelo poderá ser ignorado nas unidades que utilizam as mesas de hall para a demarcação da fila. O modelo não se aplica também nas unidades com o Sistema de Gerenciamento de Fila - SGEA implantado.

1.2 QUADRO DE AVISOS

Os cartazes permanentes das tarifas, do SAC e de missão e visão deverão estar expostos em molduras de cor azul marinho. Os demais cartazes serão afixados no mural de fácil visualização do público.

1.3 ESCRITA PÚBLICA

Utilização de caneta em metal amarelo, afixada com cola ou parafuso, em balcão adequado ao lay-out de cada unidade.

1.4 CAIXA DE SUGESTÕES

A definir.

1.5 ENTRADA DA UNIDADE

1.5.1 SINALIZAÇÃO DA FACHADA

Será utilizada a bandeira luminosa e/ou letreiro front-light na fachada da agência, em dimensões adequadas a cada unidade.

1.5.2 ACESSO À UNIDADE

1.5.2.1 CAPACHO

Utilizar capacho na entrada da unidade, adaptado às dimensões da porta, fabricado em fibra sintética azul, com a marca "Correios" em amarelo e borda amarela. A área responsável por este bem é a REV.

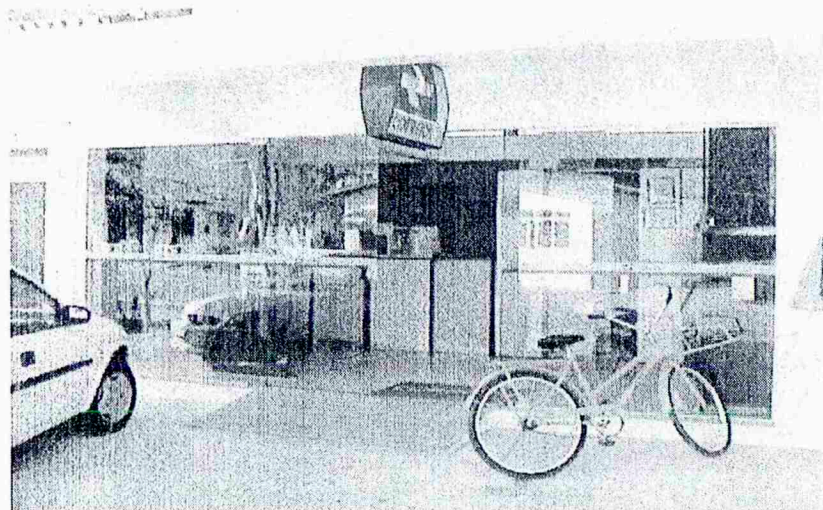
1.5.2.2 RAMPA DE ACESSO

A unidade deverá disponibilizar rampas permitindo o acesso de deficientes físicos. A GETEC/SEOB deverá providenciar a instalação desse utilitário.

1.5.3 PERSIANAS E PORTA DE ENTRADA

Nas agências que houver necessidade de persianas, as mesmas deverão ser padronizadas conforme modelo e cor. As especificações do modelo são: coleção Vênus, cor azul marinho, tecido Poliester 9mm.

As unidades que possuírem portas de entrada de vidro, a fita padronizada com a marca Correios deverá ser aplicada no centro da mesma.



Agência Águas Mornas

1.6 CAIXA POSTAL

As caixas postais vagas deverão ser lacradas com a placa indicativa especificada na matriz de placas indicativas, código PCI-26. Já nas caixas postais locadas, utilizar-se-á uma etiqueta de identificação conforme a placa indicativa código PCI-23.

1.7 ATENDIMENTO

1.7.1 CARIMBOS

Todos os carimbos utilizados no guichê devem estar identificados, com a placa indicativa PCI-27. O porta carimbos e a almofada para carimbos de madeira devem estar rotulados com a etiqueta PCI-28 e PCI-30, respectivamente, identificando o número do guichê.

1.7.2 PORTA CANETAS E CLIPES

O porta canetas e cliques deverá ser rotulado com a etiqueta código PCI-29, identificando o número do guichê.

1.7.3 GUICHÊ

1.7.3.1 GAVETAS PARA NUMERÁRIO

As divisórias da gaveta de numerário devem ser identificadas na parte central interna, identificando o valor unitário das moedas/cédulas/cheques com a etiqueta PCI-31 da matriz de placas indicativas.

1.7.3.2 GAVETAS DO GUICHÊ

As gavetas do guichê que contém os produtos, etiquetas, documentos, tarifas e formulários devem estar identificadas com a etiqueta PCI-7, afixada no canto superior direito da parte externa da gaveta.

As etiquetas, as tarifas e os documentos devem estar acondicionados em pastas identificadas conforme a etiqueta PCI-11.

1.7.3.3 MÓDULOS AUXILIARES

Os módulos dos guichês deverão estar identificados com a etiqueta PCI-34, discriminando os itens constantes no módulo. No final do dia, o atendente deverá guardar o malote e o material de uso diário neste móvel.

Quando houver mais de um módulo no guichê, poderá ser utilizado para a guarda de objetos pessoais.

1.7.4 CAIXETAS CATIVAS

A cada um ou dois guichês, dependendo da unidade, deverá estar disponível uma caixeta de objetos simples e outra de objetos registrados a serem expedidos. As caixetas devem estar identificadas conforme a etiqueta PCI-32.

1.7.5 MALOTE AZUL

O malote azul, que tem a finalidade de acondicionar o numerário para recolhimento e os documentos contabilizados no final do expediente à tesouraria, deverá estar identificado com a etiqueta PCI-33 especificada na matriz de placa indicativas.

1.7.6 PAINEL COLETOR

O painel coletor deverá estar identificado conforme especificado na matriz de placas indicativas, código PCI-12. A placa indicativa conterá informações necessárias ao cliente para a utilização correta do painel coletor.

1.7.7 IDENTIFICAÇÃO DO GUICHÊ

Serão confeccionadas placas identificando cada guichê da unidade, código PCI-20, que deverão ser afixadas no canto superior esquerdo do vidro frontal do guichê.

1.8 ITENS ADICIONAIS

1.8.1 PRISMAS DE MESA

Serão colocados nas mesas do chefe da unidade, supervisores, tesoureiros e nos guichês prismas de identificação funcional. Os prismas em acrílico deverão ser solicitados à REOP, e identificados conforme a etiqueta PCI-15.

1.8.2 LIXEIRAS

As lixeiras do guichês deverão estar identificadas conforme a placa indicativa PCI-32, a mesma utilizada para a identificação das caixetas cativas.

1.8.3 MISSÃO E VISÃO

Deverá ser afixado na parede ou divisória da unidade, em local de fácil visualização do cliente externo e interno, quadro com a definição da visão e da missão dos Correios, conforme PCI-13.

1.8.4 ACESSO RESTRITO E WC

Uma placa indicativa de acesso restrito a pessoas autorizadas deverá estar identificando os setores e áreas, nas respectivas portas de entrada conforme placa PCI-22, restringindo o acesso de pessoas como medida de segurança.

Outra placa deverá estar identificando o banheiro, conforme PCI-21.

1.9 EXPEDIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

1.9.1 MANIPULADORES E ESCANINHOS

Os manipuladores e escaninhos deverão estar etiquetados de acordo com o plano de triagem definido para a unidade.

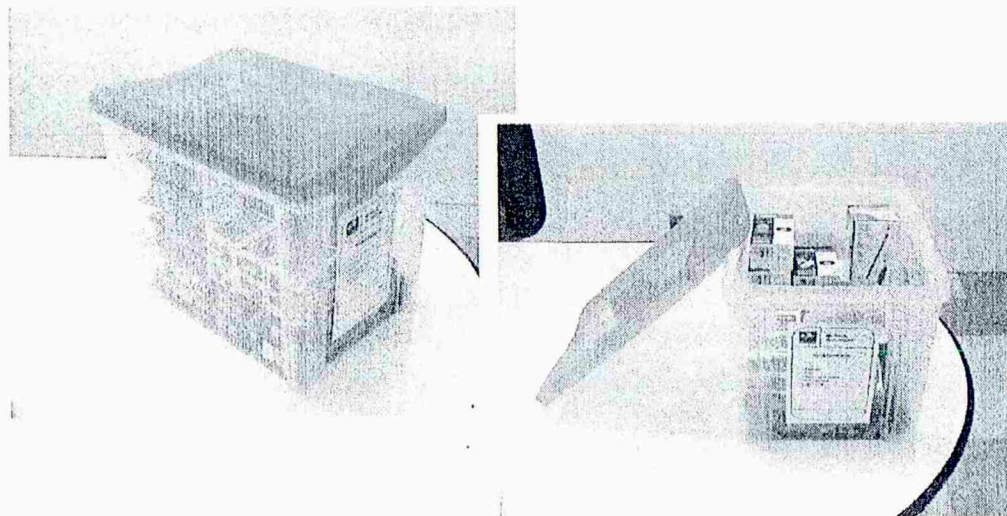
1.9.2 TRIAGEM DE OBJETOS PARA EXPEDIÇÃO

Os objetos para expedição deverão estar acondicionados em caixetas específicas, discriminadas conforme as placas indicativas PCI-16, PCI-17, PCI-18 e PCI-19.

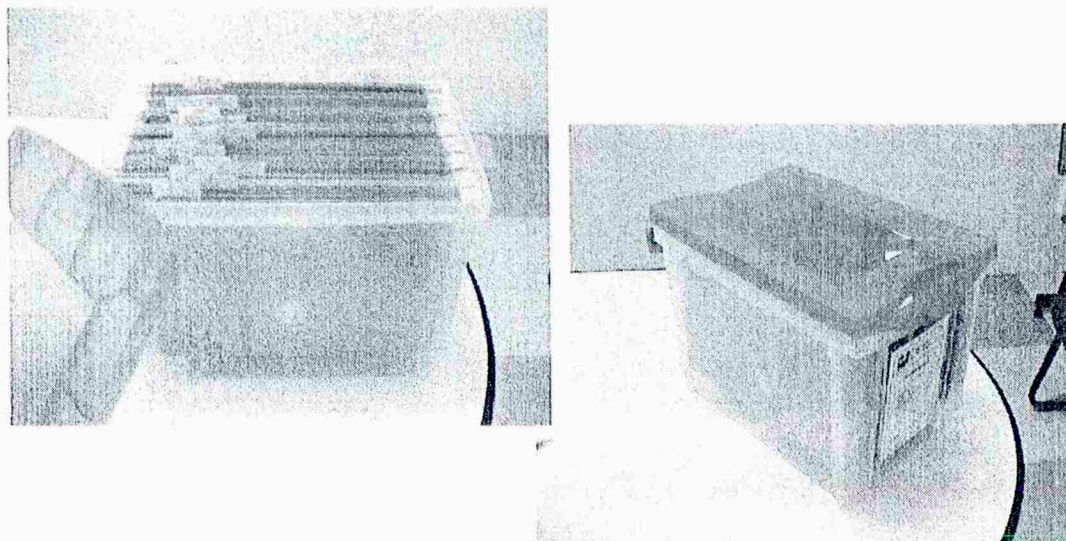
1.10 ALMOXARIFADO

1.10.1 ACONDIONAMENTO DE MATERIAL DE CONSUMO E FORMULÁRIOS

O material de consumo será armazenado em caixas organizadoras fornecidas pela REV, e identificadas conforme PCI-25 discriminando a área, o conteúdo e a qual área que o material pertence (atendimento, operacional, etc).



Os formulários que ficavam a descoberto nas prateleiras do almoxarifado, passarão a ser acondicionados em pastas suspensas, identificadas com a etiqueta PCI-1. Estas pastas ficarão armazenadas nas caixas organizadoras, resultando em melhor conservação do material e otimização do espaço.



2. ORGANIZAÇÃO E PADRONIZAÇÃO DE ARQUIVOS

A principal ferramenta utilizada para a organização e a padronização dos arquivos da agência é denominada Matriz de Registros, encontrada no anexo 2.

A Matriz de Registros é uma planilha que especifica todos os documentos a serem arquivados nas pastas suspensas na agência. Como esta ferramenta propõe uma uniformização do arquivamento de documentos, o objetivo é padronizar a identificação e o modo de arquivo em todas as unidades. Os únicos documentos que serão arquivados em pastas AZ são: Resumos de serviço, Boletim Interno, Guia ordenado de CEP e o Guia EMS.

Para melhor compreensão da ferramenta, será explicado detalhadamente cada item da matriz, conforme abaixo.

Código da placa	Identificação	Indexação (modo de arquivamento)	Coleta (arquivamento)	Localização	Tempo de retenção	Prazo para arquivo - Eliminar	Identificação do arquivo morto
PCI-1	Lista de Registro	Por data de recebimento/exp edição	Diária	Armário de aço/ pasta suspensa	1 mês	15 meses	Caixa nº

- a) **Código da placa:** o arquivo será identificado por uma placa especificada na Matriz de Placas Indicativas, apresentada no anexo 1. No caso das agências, os arquivos serão compostos basicamente pelas placas: PCI-1 (pasta suspensa), PCI-2 (pasta AZ) e PCI-8 (caixa de arquivo).
- b) **Identificação:** Identifica o conteúdo da pasta/caixa. Deverá seguir o mesmo padrão para todas as unidades.
- c) **Indexação:** é o modo de arquivamento, qual a ordem (sequência) de arquivamento.
- d) **Coleta:** qual a periodicidade de coleta do documento para arquivamento.
- e) **Localização:** onde o documento está arquivado.
- f) **Tempo de retenção:** é o prazo de guarda do documento.
- g) **Prazo para arquivo:** é o tempo que o documento permanece no arquivo morto da unidade; após este período deverá ser destruído.
- h) **Identificação do arquivo morto:** é a identificação da caixa de arquivo em que o documento permanecerá após o tempo de retenção, durante seu prazo para arquivo.

Quando não houver registros nas colunas de prazo para arquivo e identificação do arquivo morto, pressupõe-se que após o tempo de retenção o documento deverá ser eliminado.

3) CERTIFICADO E MANUTENÇÃO DA PADRONIZAÇÃO

As agências que concluírem o processo de padronização, após a avaliação da equipe de auditoria interna a ser definida posteriormente, receberão um certificado de padronização emitido pela REV apresentado no anexo 5 ^{→ 22}

A auditoria será realizada com base no check-list apresentado no anexo 4, e a unidade será certificada somente se atender a todos os itens constantes no documento.

A manutenção da padronização será responsabilidade da agência. No caso da unidade não ter acesso a todos os recursos necessários, a REV fornecerá apoio e suporte.

As auditorias pós-certificação serão a ferramenta de verificação da manutenção da padronização e do certificado.

ANEXO 1

MATRIZ DE PLACAS INDICATIVAS

MATRIZ DE PLACAS INDICATIVAS

Código da placa indicativa	Tipo de placa	Localização da placa na unidade	Localização da placa no manual
PCI-1	Placa indicativa de pasta suspensa	Pasta suspensa	Página 28
PCI-2	Placa indicativa de pasta AZ	Lateral da pasta AZ	Página 29
PCI-3	Placa indicativa de armário	Parte externa da porta do armário de aço, abaixo da maçaneta	Página 30
PCI-4	Placa indicativa de arquivo de aço vertical	Parte externa da gaveta do armário de aço	Página 30
PCI-5	Placa indicativa de armário pessoal	No canto inferior esquerdo das portas dos armários pessoais	Página 31
PCI-6	Placa indicativa de prateleiras	Prateleiras dos armários de aço ou madeira	Página 31
PCI-7	Placa indicativa de gaveta do guichê	Canto direito superior das gavetas do guichê	Página 32
PCI-8	Placa indicativa de caixa de arquivo	Lateral da caixa de arquivo	Página 33
PCI-9	Placa indicativa de caixa de expediente	Caixa de expediente	Página 34
PCI-10	Placa indicativa dos escaninhos	Mesa de triagem e manipuladores	Página 34
PCI-11	Placa indicativa das pastas do guichê	Pastas do guichê (tarifas, etiquetas, formulários e documentos)	Página 35
PCI-12	Placa indicativa do painel coletor	Acima do painel coletor	Página 36
PCI-13	Placa indicativa de missão e visão da organização	Na parede em local de fácil visualização do público	ANEXO 7

PCI-15	Placa indicativa de prisma de mesa/guichê	Prisma de mesa/guichê	Página 37
PCI-16	Placa indicativa de sedex para outros estados	Parede/divisória acima dos sedex destinados a outros estados	Página 38
PCI-17	Placa indicativa de sedex para Santa Catarina	Parede/divisória acima dos sedex destinados a outras cidades de Santa Catarina	Página 38
PCI-18	Placa indicativa de encomenda normal	Parede/divisória acima das encomendas normais expedidas	Página 38
PCI-19	Placa indicativa de objetos volumosos	Parede/divisória acima dos objetos volumosos expedidos	Página 38
PCI-20	Placa indicativa de guichê	Canto superior esquerdo do vidro frontal do guichê	Página 38
PCI-21	Placa indicativa de banheiro	Porta de entrada do banheiro	Página 39
PCI-22	Placa indicativa de acesso restrito	Porta de acesso à área restrita	Página 39
PCI-23	Placa indicativa de caixa postal locada	Na parte interna, na placa com o número da caixa	Página 40
PCI-24	Placa indicativa de manual	Lateral da pasta de manual	Página 41
PCI-25	Placa indicativa de caixa de material de consumo	Lateral da caixa de material de consumo	Página 42
PCI-26	Placa indicativa de caixa postal disponível	Parte interna das caixas postais vagas	Página 43
PCI-27	Placa indicativa de carimbos	Parte lateral dos carimbos de madeira e trodat	Página 44
PCI-28	Placa indicativa de porta carimbos	Porta carimbos	Página 45
PCI-29	Placa indicativa de porta canetas e cliques	Porta canetas e cliques	Página 45
PCI-30	Placa indicativa de almofada para carimbos de madeira	Almofada para carimbos de madeira	Página 45

PCI-31	Placa indicativa de gavetas de numerário	Divisórias das gavetas de numerário	Página 46
PCI-32	Placa indicativa de caixetas cativas/lixeiras	Caixetas cativas de objetos simples e registrados/lixeiras	Página 47/48
PCI-33	Placa indicativa de malote azul	Malote azul de numerário e documentos	Página 48
PCI-34	Placa indicativa de módulo do guichê	Canto superior direito da porta de abertura do módulo	Página 49
PCI-35	Placa indicativa de dias, horário de atendimento e de limite de postagem	Porta de entrada da agência	Página 49/50
PCI-36	Placa indicativa de serviços prestados	No hall de entrada	Página 50/51
PCI-37	Placa indicativa de banco postal	Próximo à máquina de auto-atendimento do banco postal	Página 51

ANEXO 2

MATRIZ DE REGISTROS

MATRIZ DE REGISTROS

Código da etiqueta	Identificação	Indexação (Modo de arquivamento)	Coleta (Arquivamento)	Localização	Tempo de Retenção	Prazo para Arquivo – Eliminar	Identificação Arquivo Morto
PCI-1	Assinatura Caixa Postal – Termo	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	Durante a vigência do contrato	-	-
PCI-1	Auto de Irregularidade	Ordem sequencial numérica	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Aviso de Chegada com autorização	Por data de entrega	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	12 meses	-
PCI-1	Aviso de Devolução de Reembolso Postal	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	12 meses	-
PCI-1	Boletim de Venda de Produtos	Ordem cronológica	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	24 meses	-	-
PCI-1	Boletim Informação de Frequência - BIF	Ordem cronológica	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	24 meses	-	-
PCI-2	Boletim Interno	Ordem sequencial numérica	Diário	Armário de aço/pasta AZ	1 mês	12 meses	Pasta AZ
PCI-1	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica CNPJ	Ordem cronológica	Anual	Armário de aço/pasta suspensa	Permanente	-	-
PCI-1	Caderno – Sistema de Distribuição –SD	-	Após o fechamento	Armário de aço/pasta suspensa	36 meses	Após implantação de um novo SD	-
PCI-1	Capa de Lote	Por data de emissão	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	12 meses	Caixa nº
PCI-1	Cartão de assinaturas	-	-	Armário de aço/pasta suspensa	Permanente	-	-
PCI-1	Cartão ponto	Agrupados por empregado	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	1 mês	12 meses	Encaminhar para a GERAD

PCI-1	Certificado de Postagem	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/ pasta suspensa	04 meses	-	-
PCI-1	Certificado de Postagem de Reembolso Postal	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/ pasta suspensa	24 meses	-	-
PCI-1	Comprovante	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/ pasta suspensa	01 mês	24 meses	Caixa nº
PCI-1	Comprovante de depósito de arrecadação	Por data de emissão	Diário	Armário de aço/ pasta suspensa	01 mês	24 meses	Caixa nº
PCI-1	Comunicação de Acidente de Trabalho - CAT -	Ordem cronológica	Quando ocorrer emissão	Armário de aço/ pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Comunicação de Irregularidade na Expedição	Ordem seqüencial numérica	Diária	Armário de aço/ pasta suspensa	06 meses	-	-
PCI-1	Comunicação Interna Expedida	Ordem seqüencial numérica	quando ocorrer emissão	Armário de aço/ pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Comunicação Interna Recebida	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/ pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Comunicação Interna Sobre Ocorrências CISO	Ordem seqüencial numérica	Quando ocorrer emissão	Armário de aço/ pasta suspensa		-	-
PCI-1	Contagem objetos caixa de coleta	Ordem cronológica	Quando ocorrer pesquisa	Armário de aço/ pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Contrato Prestação Serviços de Limpeza	-	-	Armário de aço/ pasta suspensa	Durante a validade do contrato	-	-
PCI-1	Contratos	Por data emissão	Quando ocorrer emissão	Armário de aço/ pasta suspensa	Durante a vigência do contrato	-	-
PCI-1	Controle de Malotes	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/ pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Demonstrativo Arrecada- ção de Terceiros -- DAT	Por data emissão	Diário	Armário de aço/ pasta suspensa	01 mês	12 meses	Caixa Nº

PCI-1	Demonstrativo Mensal de Carga Transportada DMCT	Ordem cronológica	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	---
PCI-1	Discriminação de conteúdo	Por data de emissão	Quando ocorrer emissão	Arquivo de aço/pasta suspensa		06 meses	-
PCI-1	Documento de Entrega – Aviso de chegada/Notificação de Recebimento	Por data de entrega	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	12 meses	Caixa nº
PCI-1	Documentos AGC	Ordem cronológica	Mensal	Arquivo de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Documentos PVP	Ordem cronológica	Mensal	Arquivo de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Escala de Férias	-	Anual	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Estatísticas – receita e custos	Ordem cronológica	Quando ocorrer emissão	Arquivo de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Exames Periódicos	Ordem de matrícula de empregado	Anual	Armário de aço/pasta suspensa	-	-	-
PCI-1	Fax Post - Protocolo de transmissão	Ordem cronológica	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	04 meses	-	-
PCI-1	Ficha de Acompanhamento de Equipamento	Por equipamento	Na chegada do equipamento	Armário de aço/pasta suspensa	Durante a vida útil do equipamento	-	-
PCI-1	Ficha de Serviço Diário de Veículos	Por veículo	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	Quinzenal	-	-
PCI-1	Ficha Técnica de viatura	Ordem cronológica	A medida que as linhas forem criadas ou canceladas	Armário de aço/pasta suspensa	Permanente	Após o cancelamento da linha	-
PCI-1	GCR – Ficha de avaliação individual	Ordem de matrícula	Semestral	Armário de aço/pasta suspensa	Permanente	-	-

PCI-1	Guia de Remanejamento (GR)	Ordem cronológica	Quando ocorrer remanejamento	Armário de aço/pasta suspensa	24 meses	-	-
PCI-1	Guia de Remanejamento de Produtos (GRP)	Ordem seqüencial numérica	Quando ocorrer emissão	Armário de aço/pasta suspensa	24 meses	-	-
PCI-1	Guia de Remessa de Materials (GRM)	Ordem seqüencial numérica	Quando ocorrer emissão	Armário de aço/pasta suspensa	24 meses	-	-
PCI-1	Guia fax						
PCI-1	Levantamento Interno sobre Acidentes – LISA	Ordem cronológica	Quando ocorrer emissão	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Lista de Distribuição Interna - LDI Reembolso Postal	Por data de entrega	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	06 meses	Caixa nº
PCI-1	Lista de Distribuição Interna - LDI Caixa postal	Por data de entrega	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	06 meses	Caixa nº
PCI-1	Lista de Distribuição Interna – LDI Sedex a cobrar	Por data de entrega	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	06 meses	Caixa nº
PCI-1	Lista de Distribuição Interna – LDI Posta restante	Por data de entrega	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	06 meses	Caixa nº
PCI-1	Lista de Distribuição Interna – LDI - CPF	Por data de entrega	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	06 meses	Caixa nº
PCI-1	Lista de Objetos Entregues ao Carteiro	Ordem cronológica	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	1 mês	12 meses	Caixa nº
PCI-1	Lista de passageiros Interna	Ordem cronológica	Diária	Armário de aço/pasta suspensa			
PCI-1	Lista de postagem	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	04 meses	-	-
PCI-1	Lista de Registro	Por data de recebimento/expedição	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	1 mês	15 meses	Caixa nº

PCI-1	Livro de Inspeção do Trabalho	-	-	Armário de aço/pasta suspensa	Permanente	-	-
PCI-1	Mapa de Remessa de Malotes	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	1 mês	12 meses	Caixa nº
PCI-1	Material e registros de Treinamento no Local de Trabalho	Ordem cronológica	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Movimento Financeiro/Fitas Subcaixas	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	12 meses	Caixa nº
PCI-1	Movimento Mensal Máquina Franquear - MMMF	Ordem cronológica	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Nota de Despacho	Por data de recebimento/expedição	Diário	Armário de aço/pasta suspensa	1 mês	12 meses	Caixa nº
PCI-1	Notas GECOF	Ordem cronológica	Quando ocorrer emissão	Arquivo de aço/pasta suspensa	Durante a vigência	-	-
PCI-1	Notas GEOPE	Ordem cronológica	Quando ocorrer emissão	Arquivo de aço/pasta suspensa	Durante a vigência	-	-
PCI-1	Notas GEVEN	Ordem cronológica	Quando ocorrer emissão	Arquivo de aço/pasta suspensa	Durante a vigência	-	-
PCI-1	Notas GINSP	Ordem cronológica	Quando ocorrer emissão	Arquivo de aço/pasta suspensa	Durante a vigência	-	-
PCI-1	Pauta de recebimento e distribuição Vale Transporte	Ordem cronológica	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	6 meses	-	-
PCI-1	Pauta de recebimento e distribuição VR/VA e Vale Cesta	Ordem cronológica	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	6 meses	-	-
PCI-1	Pauta de Suprimento	Ordem cronológica	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	24 meses	-
PCI-1	Pedido de compras	Ordem cronológica	Quando ocorrer emissão	Armário de aço/pasta suspensa	6 meses	-	-

PCI-1	Pedido de Informação - PI						
PCI-1	Planejamento do Treinamento	Ordem cronológica	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Plano de Trabalho	Ordem alfabética de nomes	Semestral	Armário de aço/pasta suspensa	Permanente	-	-
PCI-1	Portarias	Ordem cronológica	Quando ocorrer emissão	Armário de aço/pasta suspensa	Permanente	-	-
PCI-1	Postais	Ordem cronológica	Quanto ocorrer a emissão	Armário de aço/pasta suspensa	Permanente	-	-
PCI-1	Recibo de telegrama	Ordem cronológica	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	01 mês	06 meses	Caixa nº
PCI-1	Recibo entrega de Telegrama	Por data de entrega	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	04 meses	-	-
PCI-1	Recibos de venda de produtos	Ordem cronológica	Quando ocorrer emissão	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Recolhimento e suprimento de numerário	Ordem cronológica	Sempre que ocorrer	Armário de aço/pasta suspensa	24 meses	-	-
PCI-1	Refugo	Ordem cronológica	Diário	Arquivo de aço/pasta suspensa	Encaminhar para ao CAE mensalmente	-	-
PCI-1	Registro de Treinamento	Ordem cronológica	Semanal	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Relatório de Inspeção	Ordem cronológica	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	24 meses	-	-
PCI-1	Relatório de supervisão da REOP	Ordem cronológica	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Resultado do 5S	Ordem cronológica	Semestral	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Resumo de Serviços Especiais - RSE	Ordem alfabética	Sempre que ocorrer emissão	Armário de aço/pasta suspensa	Durante a vigência do contrato	-	-

PCI-1	SINOPER Semanal, mensal e semestral	Ordem cronológica	Ao final de cada período definido	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Sistema de Assistência Médica Hospitalar e Odontológica SAMHO	-	De acordo com as alterações ocorridas	Armário de aço/pasta suspensa	Permanente	-	-
PCI-1	STD –Boletim de Coleta de Dados	Ordem cronológica	Mensal	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Telegrama de serviço Confirma entrega PC e outros	Ordem cronológica	Diária	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Telesena – relatório de resgates	Ordem cronológica		Arquivo de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Termo de Responsab. Patrimonial – TRP	-	Anual	Armário de aço/pasta suspensa	12 meses	-	-
PCI-1	Vale Postal emitido	Ordem cronológica	Diário	Arquivo de aço/pasta suspensa	01 mês	12 meses	Caixa nº
PCI-1	Vale Postal pago	Ordem cronológica	Diário	Arquivo de aço/pasta suspensa	01 mês	24 meses	Caixa nº

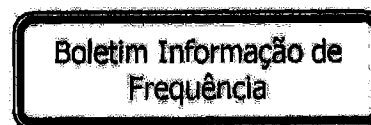
ANEXO 3

PLACAS INDICATIVAS

PCI-1 PLACA INDICATIVA DE PASTA SUSPensa

Dimensões: 1,5cm x 5cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 11, azul marinho



PCI-2 PLACA INDICATIVA DE PASTA AZ

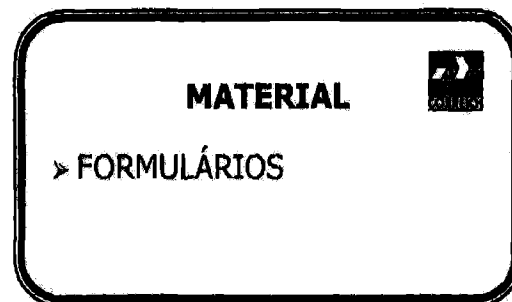
Dimensões: 12cm x 4,25cm
Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 14, azul marinho



PCI-3 PLACA INDICATIVA DE ARMÁRIO DE AÇO

Dimensões: 3,81cm x 6,86cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 12, azul marinho

**PCI-4 PLACA INDICATIVA DE ARQUIVO DE AÇO VERTICAL**

Dimensões: 3,81cm x 6,86cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 12, azul marinho



PCI-5 PLACA INDICATIVA DE ARMÁRIO PESSOAL

Dimensões: 2,54cm x 7,37cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 20, negrito, azul marinho

**PCI-6 PLACA INDICATIVA DE PRATELEIRAS**

Dimensões: 1,5cm x 6,84cm

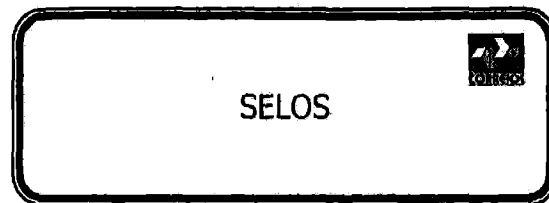
Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 12, azul marinho

**PCI-7 PLACA INDICATIVA DE GAVETA DE GUICHÊ**

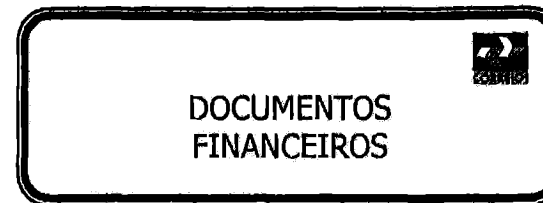
Dimensões: 3,81cm x 6,86cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 12, azul marinho

1ª GAVETA



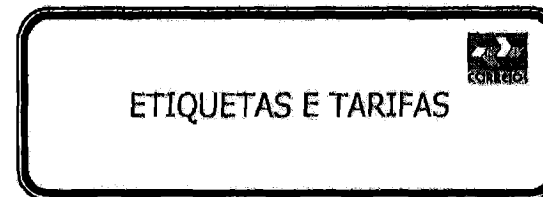
2ª GAVETA



3ª GAVETA



4ª GAVETA



5ª GAVETA



PCI-8 PLACA INDICATIVA DE CAIXA DE ARQUIVO

 <p>CORREIOS</p>	<p>ARQUIVO: FINANCEIRO</p>
<p>BALANCETE FINANCEIRO</p>	
<p>FEVEREIRO</p>	
<p>Prazo de guarda: 12 MESES</p>	

PCI-9 PLACA INDICATIVA DE CAIXA DE EXPEDIENTE

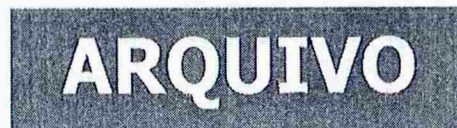
Dimensões: 1,78cm x 6,35cm
Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 28, negrito, amarelo



ENTRADA



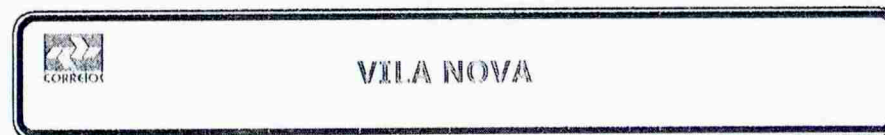
SAÍDA



ARQUIVO

PCI-10 PLACA INDICATIVA DE ESCANINHOS E MANIPULADORES (TRIAGEM DA ZONA RURAL)

Dimensões: 1,7cm x 12cm
Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 12, azul marinho



PCI-11 PLACA INDICATIVA DE PASTAS DO GUICHÊ

Dimensões: 5,26cm x 11,43

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 26, negrito, azul marinho

**PCI-12 PLACA INDICATIVA DE PAINEL COLETOR**

Material e cor da placa: PVC, amarelo

Dimensões: 18cm x 30cm (podem variar conforme necessidade)

Cor da letra: azul marinho

PAINEL COLETOR

Atenção! Garanta a entrega da sua correspondência.

- Antes de depositar, verifique se está com as dimensões mínimas permitidas: 9cm x 14cm.
- Se está com o endereço completo do remetente e destinatário: rua e número completos, cidade, estado e CEP.

EM CASO DE DÚVIDAS, DIRIJA-SE AO GUICHÊ.

PCI-13 PLACA INDICATIVA DE MISSÃO E VISÃO

ANEXO 6

PCI-15 PLACA INDICATIVA DE PRISMA DE MESA

Dimensões: 4,4cm x 18,8cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Arial Narrow, 20 e 82, amarelo

1) Para guichê



2) Outros



- PCI-16 PLACA INDICATIVA DE SEDEX PARA OUTROS ESTADOS
- PCI-17 PLACA INDICATIVA DE SEDEX PARA SANTA CATARINA
- PCI-18 PLACA INDICATIVA DE ENCOMENDA NORMAL
- PCI-19 PLACA INDICATIVA DE OBJETOS VOLUMOSOS
- PCI-20 PLACA INDICATIVA DE GUICHÊ

Material da placa e cor da placa: PVC, amarelo
Dimensões: 14cm x 21cm
Cor da letra: azul marinho

**SEDEX
OE**

**SEDEX
SC**

**ENCOMENDA
NORMAL**

**OBJETOS
VOLUMOSOS**

01

PCI-21 PLACA INDICATIVA DE BANHEIRO

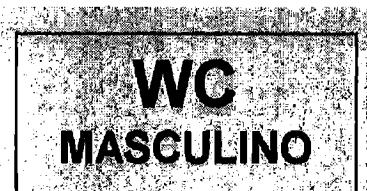
Material da placa e cor da placa: PVC, amarelo

Dimensões: 8cm x 36cm

Cor da letra: azul marinho



Dimensões: 16cm x 36cm

**PCI-22 PLACA INDICATIVA DE ACESSO RESTRITO**

Material da placa e cor da placa: PVC, amarelo

Dimensões: 12cm x 35cm

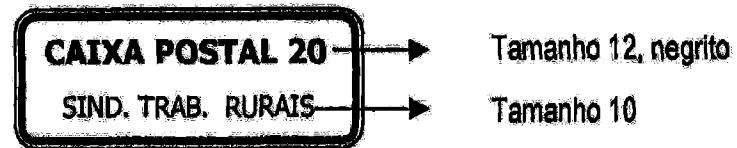
Cor da letra: azul marinho



PCI-23 PLACA INDICATIVA DE CAIXA POSTAL LOCADA

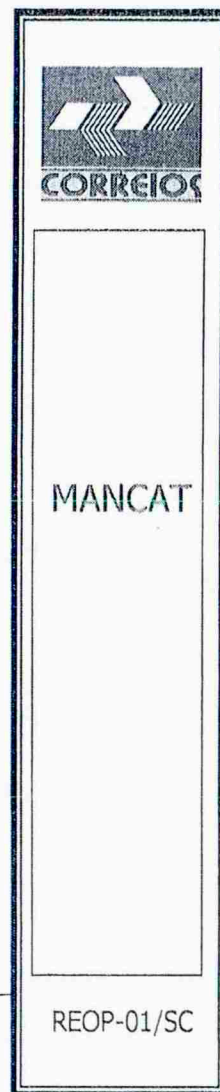
Dimensões: 1,8cm x 4,7cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, azul marinho



PCI-24 PLACA INDICATIVA DE MANUAL

Dimensões: 14cm x 2,86cm
Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 14, preto



PCI-25 PLACA INDICATIVA DE CAIXA DE MATERIAL DE CONSUMO



**MATERIAL
DE CONSUMO**

ATENDIMENTO

- **ENVELOPE CNPJ**
- **FORMULÁRIOS**

PCI-26 PLACA INDICATIVA DE CAIXA POSTAL DISPONÍVEL

Material: Papel cartão cor branca

Dimensões: 13,5cm x 16cm

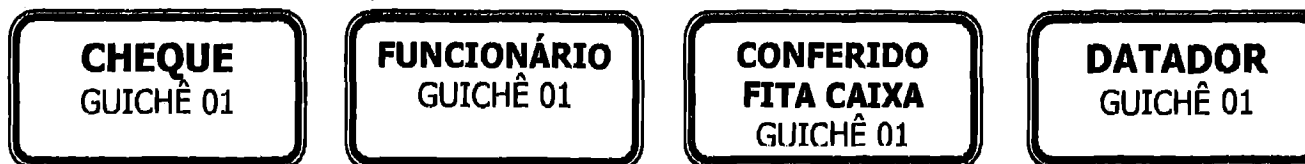


PCI-27 PLACA INDICATIVA DE CARIMBOS

Trodat

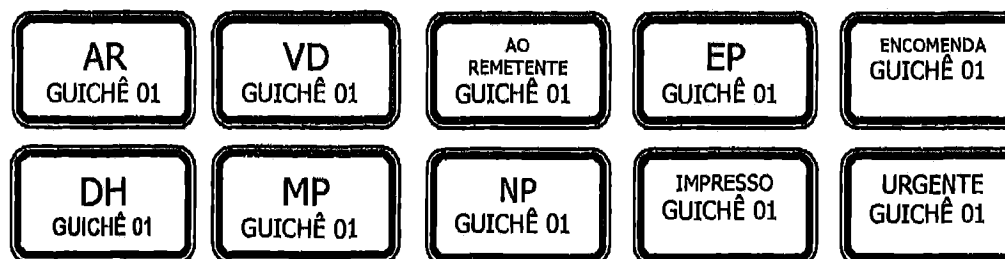
Dimensões: 2cm x 4cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 12, azul marinho

**Madeira**

Dimensões: 1,5cm x 2,48cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, azul marinho



PCI-28 PLACA INDICATIVA DE PORTA CARIMBOS

Dimensões: 2,5cm x 4,5cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 16, negrito, azul marinho

**PCI-29 PLACA INDICATIVA DE PORTA CANETAS E CLIPES**

Dimensões: 2,5cm x 4,5cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 16, negrito, azul marinho

**PCI-30 PLACA INDICATIVA DE ALMOFADA PARA CARIMBOS DE MADEIRA**

Dimensões: 2,5cm x 4,5cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 16, negrito, azul marinho



PCI-31 PLACA INDICATIVA DE GAVETAS DE NUMERÁRIO

Dimensões: 1,56cm x 3cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 12, negrito, azul marinho

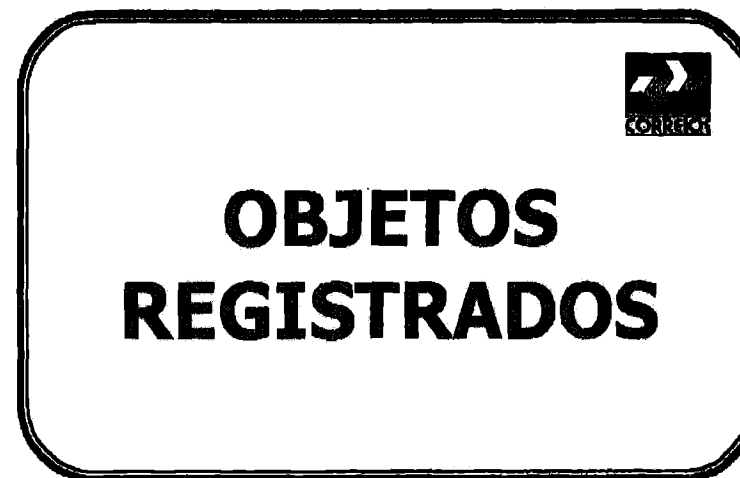
		CHEQUE			
Cédulas	R\$ 50,00 e 100,00	R\$ 10,00 e 20,00	R\$ 5,00	R\$ 2,00	R\$ 1,00
Moedas	R\$ 1,00 e 0,50	R\$ 0,25	R\$ 0,10	R\$ 0,05	R\$ 0,01

PCI-32 PLACA INDICATIVA DE CAIXETAS CATIVAS/LIXEIRAS

CAIXETAS CATIVAS

Dimensões: 6cm x 10cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 28, negrito, azul marinho



LIXEIRAS

Dimensões: 4cm x 8cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, azul marinho



PCI-33 PLACA INDICATIVA DE MALOTE AZUL

Dimensões: 10cm x 6,5cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 36, azul marinho



PCI-34 PLACA INDICATIVA DE MÓDULO AUXILIAR E PORTA DE GUICHÊ

Dimensões: 2,5cm x 7,4cm

Tipo, tamanho e cor da letra: Tahoma, 12, azul marinho

**PCI-35 PLACA INDICATIVA DE DIAS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO**

Para agências categoria 1 e 4

Dimensões: 45cm x 72cm


HORÁRIO DE ATENDIMENTO	
Segunda à Sexta	08:00 às 22:00h
Sábados	08:00 às 16:00h
HORÁRIO LIMITE DE POSTAGEM	
Os objetos postados até os horários abaixo seguirão no mesmo dia	
Segunda à Sexta	17:50h
Sábados	11:10h

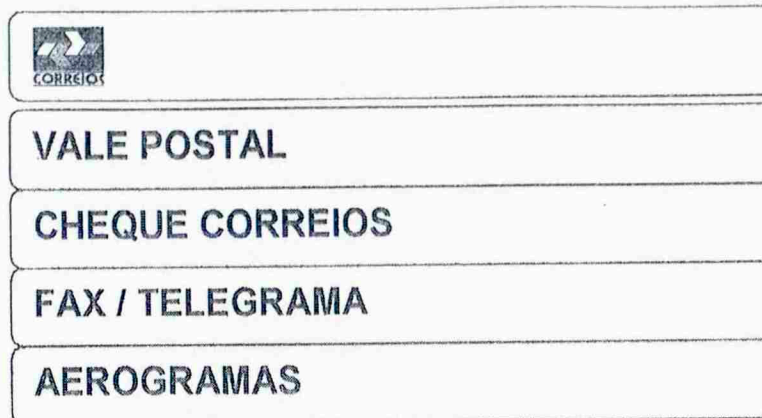
Para agências categoria 5 e 6
Material e cor da placa: PVC e amarelo Dimensões: 40cm x 25cm

<p>HORÁRIO DE ATENDIMENTO 2ª a 6ª das 09:00 às 17:00h</p> <p>HORARIO LIMITE DE POSTAGEM <i>Os objetos postados até o horário abaixo seguirão no mesmo dia</i></p> <p>14:00h</p>
--

PCI-36 PLACA INDICATIVA DE SERVIÇOS PRESTADOS (AGÊNCIAS CATEGORIA 1 A 4)

Dimensões: 45cm x 72cm


CARTAS E SELOS
ENCOMENDAS
SEDEX / SEDEX HOJE
REGISTRADOS



PCI-37 PLACA INDICATIVA DE BANCO POSTAL



ANEXO 4

FORMULÁRIO DE LEVANTAMENTO DE NECESSIDADES E MATRIZ DE NECESSIDADES DE MATERIAIS

LEVANTAMENTO DE NECESSIDADES - MATERIAIS E ETIQUETAS

AGÊNCIA:

1. PASTAS SUSPENSAS PARA GUARDA DE FORMULÁRIOS

QUANTIDADE: _____

QUANTIDADE DE CAIXAS ORGANIZADORAS: _____

	Conteúdo		Conteúdo		Conteúdo
1		11		21	
2		12		22	
3		13		23	
4		14		24	
5		15		25	
6		16		26	
7		17		27	
8		18		28	
9		19		29	
10		20		30	

2. MANUAIS NOVOS

	Sim	Não
MANCAT		
MANDIS		

3. PASTAS AZ

QUANTIDADE: _____

	Conteúdo		Conteúdo
1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	
7		17	
8		18	
9		19	
10		20	

4. ETIQUETAS DE ARMÁRIO

QUANTIDADE: _____

	Conteúdo		Conteúdo
1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	

7		17	
8		18	
9		19	
10		20	

5. ETIQUETAS DE ARMÁRIO VERTICAL QUANTIDADE: _____

	Conteúdo		Conteúdo
1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	
7		17	
8		18	
9		19	
10		20	

6. ETIQUETAS DE ARMÁRIO PESSOAL QUANTIDADE: _____

	Conteúdo		Conteúdo
1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	
7		17	
8		18	
9		19	
10		20	

7. ETIQUETAS DE CAIXA DE ARQUIVO QUANTIDADE: _____

	Conteúdo		Conteúdo		Conteúdo
1		11		21	
2		12		22	
3		13		23	
4		14		24	
5		15		25	
6		16		26	

7		17		27	
8		18		28	
9		19		29	
10		20		30	

8. ETIQUETAS DE PRATELEIRAS

	Conteúdo		Conteúdo		Conteúdo
1		6		11	
2		7		12	
3		8		13	
4		9		14	
5		10		15	

9. ETIQUETAS DE CAIXA DE EXPEDIENTE QUANTIDADE: _____

	Conteúdo		Conteúdo
1		3	
2		4	

10. PASTAS DE TARIFAS QUANTIDADE: _____

11. ETIQUETAS DE PRISMA DE MESA

QUANTIDADE: _____

	Conteúdo		Conteúdo
1		3	
2		4	

12. ETIQUETAS DE CAIXAS ORGANIZADORAS

QUANTIDADE: _____

	Conteúdo		Conteúdo		Conteúdo
1		4		7	
2		5		8	
3		6		9	

13. ETIQUETAS DE MANIPULADOR DE TRIAGEM

	Conteúdo		Conteúdo		Conteúdo
1		11		21	
2		12		22	
3		13		23	
4		14		24	
5		15		25	
6		16		26	
7		17		27	

8		18		28	
9		19		29	
10		20		30	

14. ETIQUETAS CAIXA POSTAL DISPONÍVEL QUANTIDADE: _____

15. ETIQUETAS DE MÓDULOS AUXILIARES E PORTA DO GUICHÊ QUANTIDADE: _____

	Conteúdo		Conteúdo
1		3	
2		4	

16. CAPACHO QUANTIDADE: _____ MEDIDAS (EM CM): CORREIOS _____

16. CANETAS DE MESA DE HALL QUANTIDADE: _____

17. POSSUI PERSIANAS () Sim () Não

18. POSSUI FITA PADRONIZADA COM A MARCA CORREIOS () Sim () Não

OBSERVAÇÕES:

PENDÊNCIAS:

LEVANTAMENTO DE NECESSIDADES – PLACAS INDICATIVAS

Identificação	Não se aplica= deixar branco S = Sim, confeccionar placa	Não se aplica= deixar branco S = Sim, confeccionar placa	Identificação	Não se aplica= deixar branco S = Sim, confeccionar placa
Placa Indicativa de pasta suspensa		Placa Indicativa de prisma de mesa/gulchê	Placa Indicativa de caixa postal disponível	
Placa Indicativa de pasta AZ		Placa Indicativa de sedex para outros estados	Placa Indicativa de carimbos	
Placa Indicativa de armário		Placa indicativa de sedex para Santa Catarina	Placa indicativa de porta carimbos	
Placa Indicativa de arquivo de aço vertical		Placa Indicativa de encomenda normal	Placa Indicativa de porta canetas e cliques	
Placa Indicativa de armário pessoal		Placa Indicativa de objetos volumosos	Placa Indicativa de caixetas cativas	
Placa Indicativa de prateleiras		Placa Indicativa de gulchê	Placa indicativa de malote azul	
Placa Indicativa de gaveta do gulchê		Placa Indicativa de banheiro	Placa Indicativa de módulo do gulchê	
Placa Indicativa de caixa de arquivo		Placa indicativa de acesso restrito	Placa Indicativa de dias, horário de atendimento e de limite de postagem	
Placa Indicativa de caixa de expediente		Placa Indicativa de caixa postal locada	Placa Indicativa de serviços prestados	
Placa Indicativa dos escaninhos		Placa Indicativa de almofada para carimbos de madeira	Placa indicativa de banco postal	
Placa Indicativa das pastas do gulchê		Placa indicativa de gavetas de numerário		
Placa Indicativa do painel coletor		Placa Indicativa de manual		
Placa Indicativa de missão e visão da organização		Placa indicativa de caixa de material de consumo		

LEVANTAMENTO DE NECESSIDADES – REGISTROS

Quantidade de pastas suspensas para arquivo: _____

Identificação	Não se aplica= deixar branco S = Sim, con- feccionar placa	Não se aplica= deixar branco S = Sim, con- feccionar placa	Não se aplica= deixar branco S = Sim, con- feccionar placa	Identificação	Não se aplica= deixar branco S = Sim, con- feccionar placa
Assinatura Caixa Postal – Termo		Certificado de Postagem		Controle de Malotes	
Auto de Irregularidade		Certificado de Postagem de Reembolso Postal		Demonstrativo Arrecadação de Tercelros – DAT	
Aviso de Chegada com autorização		Comprovante		Demonstrativo Mensal de Carga Transportada DMCT	
Aviso de Devolução de Reembolso Postal		Comprovante de depósito de arrecadação		Discriminação de conteúdo	
Boletim de Venda de Produtos		Comunicação de Acidente de Trabalho - CAT -		Documento de Entrega – Aviso de chegada/Notificação Recebimento	
Boletim Informação de Frequência – BIF		Comunicação de Irregularidade na Expedição		Documentos AGC	
Boletim Interno		Comunicação Interna Expedida		Documentos PVP	
Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica CNPJ		Comunicação Interna Recebida		Escala de Férias	
Caderno – Sistema de Distribuição – SD		Comunicação Interna Sobre Ocorrências - CISO		Estatísticas – receita e custos	
Capa de Lote		Contagem objetos caixa de coleta		Exames Periódicos	
Cartão de assinaturas		Contrato Prestação Serviços de Limpeza		Fax Post - Protocolo de transmissão	
Cartão ponto		Contratos		Ficha de Acompanhamento de Equipamento	

Ficha de Serviço Diário de Veículos		Lista de Registro		Planejamento do Treinamento	
Ficha Técnica de Viatura		Livro de Inspeção do Trabalho		Plano de Trabalho	
GCR – Ficha de avaliação individual		Mapa de Remessa de Malotes		Portarias	
Guia de Remanejamento (GR)		Material e registros de Treinamento no Local de Trabalho		Postais	
Guia de Remanejamento de Produtos (GRP)		Movimento Financeiro/ Filtas Subcalças		Recibo de telegrama	
Guia de Remessa de Materiais (GRM)		Movimento Mensal Máquina Franquear - MMMF		Recibo entrega de Telegrama	
Guia fax		Nota de Despacho		Recibos de venda de produtos	
Levantamento Interno sobre Acidentes – LISA		Notas GECOF		Recolhimento e suprimento de numerário	
Lista de Distribuição Interna - LDI Reembolso Postal		Notas GEOPE		Refugo	
Lista de Distribuição Interna - LDI Caixa postal		Notas GEVEN		Registro de Treinamento	
Lista de Distribuição Interna – LDI Sedex a cobrar		Notas GINSP		Relatório de Inspeção	
Lista de Distribuição Interna – LDI Posta restante		Pauta de recebimento e distribuição Vale Transporte		Relatório de supervisão da REOP	
Lista de Distribuição Interna – LDI - CPF		Pauta de recebimento e distribuição VR/VA e Vale Cesta		Resultado do 5S	
Lista de Objetos Entregues ao Carteiro		Pauta de Suprimento		Resumo de Serviços Especiais - RSE	
Lista de passagem interna		Pedido de compras		SINOPER Semanal, mensal e semestral	
Lista de postagem		Pedido de Informação – PI		Sistema de Assistência Médica Hospitalar e Odontológica SAMHO	

STD -Boletim de Coleta da Dados				
Telegrama de serviço Confirma entrega PC e outros				
Telesena - relatório de resgates				
Termo de Responsab. Patrimonial - TRP				
Vale Postal emitido				
Vale Postal pago				

MATRIZ DE NECESSIDADES DE MATERIAIS

	AGÊNCIAS/QUANTIDADE																				TOTAL			
	Aeropor	Ag. Mor	Angelin	Ant Carl	Art Mari	Baia Su	Biguaçu	Capoei	Central	Cid. Uni	Dias Ve	Estreito	G. Cels	Filatêlic	Inglês	Lagoa	Palhoça	Paulo L	Ran Qu	Sto Am		São Jos		
Pasta suspensa																								
Caixa organizadora																								
Pasta AZ																								
Caixa de arquivo																								
Pasta de tarifas/selos																								
Capacho																								
Canetas de mesa de hall																								
Malote azul																								
Placa caixa postal disponível																								
Placa de painel coletor																								
Enchoves para as placas de exp.																								
Placa sedex Santa Catarina																								
Placa sedex outros Estados																								
Placa encomenda normal																								
Placa objetos volumosos																								
Placa de número de guichê																								
Placa indicativa WC																								
Placa de acesso restrito																								
Placa de horário de atendimento																								
Placa de serviços prestados																								
Placa de fila única																								
Prisma de mesa em acrílico																								
Cartaz Missão e Visão em moldura																								
Cartaz do CAC em moldura																								
Cartaz de tarifas em moldura																								
Cartazes																								
Fita demarcatória de fila																								

Outros materiais:

	Previsão
Papel cartão branco	
Papel contact	
Etiqueta PIMACO cód 6185	

ANEXO 5

CHECK-LIST DA PADRONIZAÇÃO

CHECK-LIST DAS ROTINAS DE PADRONIZAÇÃO DE AGÊNCIAS

AGÊNCIA:

REOP:

RESPONSÁVEL:

DATA: ___/___/___

1) HALL PÚBLICO

ETAPA/AÇÃO	Providenciado		Pendência		
	Sim	NA	O que fazer	Quem	Quando
Fita demarcatória de fila					
Adesivos de entrada e aguarde					
Placa de dias e horários de atendimento e limite de postagem					
Placa de serviços prestados					
Placa de banco postal					
Mesas de hall com canetas em metal cor amarelo					
Cartazes do SAC, tarifas e visão e missão em moldura					
Demais cartazes nos murais					

2) ENTRADA DA UNIDADE

ETAPA/AÇÃO	Providenciado		Pendência		
	Sim	NA	O que fazer	Quem	Quando
Sinalização da fachada adequada					
Capacho					
Rampa de acesso					
Persianas padronizadas					
Fita padronizada com a marca Correios					

3) ATENDIMENTO

ETAPA/AÇÃO	Providenciado		Pendência		
	Sim	NA	O que fazer	Quem	Quando
Caixas postais disponíveis com a placa indicativa					
Carimbos Identificados					
Porta carimbos e almofadas Identificados					
Porta canetas e cliques Identificado					
Divisórias das gavetas para numerário Identificadas					
Conteúdo das gavetas dos guichês Identificado					
Sequência das gavetas conforme padrão					
Conteúdo dos módulos auxiliares dos guichês Identificado					
Caixetas cativas de objetos simples e registrados Identificadas					
Malote azul com etiqueta identificando o guichê					
Panel coletor com a placa padronizada					
Guichês Identificados					
Pastas de tarifas, etiquetas, formulários e documentos financelros etiquetadas					

3) ITENS ADICIONAIS

ETAPA/AÇÃO	Providenciado		Pendência		
	Sim	NA	O que fazer	Quem	Quando
Prismas de mesa com identificação conforme padrão					
Lixeiras identificadas					
Placas de acesso restrito e WC					
Manuais Identificados					
Pastas suspensas com etiquetas padronizadas					
Arquivo conforme matriz de registros					
Armários de aço Identificados					
Caixa de expediente Identificada					

4) EXPEDIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

ETAPA/AÇÃO	Providenciado		Pendência		
	Sim	NA	O que fazer	Quem	Quando
Manipuladores e escaninhos etiquetados					
Placas de expedição					

5) ALMOXARIFADO

ETAPA/AÇÃO	Providenciado		Pendência		
	Sim	NA	O que fazer	Quem	Quando
Material de consumo armazenado nas caixas organizadoras					
Caixas organizadoras identificadas					
Formulários armazenados nas caixas organizadoras					
Caixas organizadoras dos formulários identificadas					
Caixas de arquivo identificadas					
Prateleiras identificadas					

6) DOCUMENTO DE REFERÊNCIA

ETAPA/AÇÃO	Providenciado		Pendência		
	Sim	NA	O que fazer	Quem	Quando
Possui manual da padronização					

Observações:

ANEXO 6

CERTIFICADO DA PADRONIZAÇÃO

CERTIFICADO

Certificamos que a agência _____ está em conformidade com os padrões de gerenciamento visual e de organização de arquivos definidos no Manual de Padronização de Agências elaborado pela Região de Vendas - 01 da Diretoria Regional de Santa Catarina.

Florianópolis, _____ de _____ de _____.

Chefe da Região Operacional - 01
Leoni Margarida Simm

Auditor da padronização
XXXXXXXXXXXX

Auditor da padronização
XXXXXXXXXXXX

ANEXO 7

PLACA INDICATIVA DE MISSÃO E VISÃO DA ORGANIZAÇÃO

VISÃO

“A Diretoria Regional deseja ser um referencial de excelência na sua contribuição para a visão, a missão, os valores e os objetivos estabelecidos pelos Correios.”

MISSÃO

“Interconectar pessoas e organizações no Brasil e no mundo, garantindo o atendimento de suas necessidades de serviços de correios.”

ANEXO 8

MATRIZ DE PREVISÃO DE CUSTO PARA A PADRONIZAÇÃO

MATRIZ DE PREVISÃO DE CUSTO PARA A PADRONIZAÇÃO - REOP-01

	AGÊNCIAS/QUANTIDADE																				QTIDE TOTAL	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL (R\$)	
	Aeropor	Ag. Mor	Angelin	Ant Carl	Art Man	Baia Su	Biguaçu	Capoei	Central	Cid. Uni	Dias Ve	Estreito	G. Cels	Filatêlic	Inglese	Lagoa	Palhoça	Paulo L	Ran. Ou	Sto Am				São Jos
Pasta suspensa	50	60	60	0	100	100	0	0	0	0	0	60	0	0	100	70	60	50	60	60	830			
Caixa organizadora	3	3	2	0	5	4	0	0	0	0	0	3	0	0	4	8	3	3	5	4	47			
Pasta AZ	3	0	0	0	10	6	0	0	0	0	0	2	0	0	11	0	4	4	0	5	45			
Caixa de arquivo	0	0	0	0	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	0	0	3	0	0	33			
Pasta de tarifas/selos	1	1	1	0	3	2	0	0	0	0	0	1	0	0	4	3	2	1	3	3	25			
Capacho	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1****	2**	0	0	0	0	3			
Canetas de mesa de hall	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	6	0	0	0	0	14			
Malote azul	1	2	1	1	2	2	0	0	18	4	1	4	1	3	2	4	1	1	2	2	57			
Placa caixa postal disponível	0	11	40	43	24	80	0	0	262	10	0	167	22	11	77	14	100	33	16	50	65	1025		
Placa de painel coletor	0	0	1	0	1*	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	4			
Ganchos para as placas de exp	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	5	0	0	10			
Placa sedex Santa Catarina	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	2			
Placa sedex outros Estados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	2			
Placa encomenda normal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	2			
Placa objetos volumosos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	2			
Placa de número de guichê	0	0	1	0	2***	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1***	1	2	2	5			
Placa indicativa WC	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2****	1	1			
Placa de acesso restrito	0	0	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	1	0	8			
Placa de horário de atendimento	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	3			
Placa de serviços prestados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1			
Placa de fila única						1																		
Prisma de mesa em acrílico	0	0	1	0	3	2	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	1	1	2	2	15			
Cartaz Missão em moldura	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	12			
Cartaz do CAC em moldura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	3			
Cartaz de tarifas em moldura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	3			
Persianas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Fita demarcatória de fila														0	0									

* Caixa coletora

** Medidas: 1) 1,60cm x 80cm
2) 70cm x 40cm

*** Guichê antigo sem vidro

**** Medidas: 1,20cm x 60cm

***** Masculino e Feminino

Legenda:

Levantamento de necessidades concluído

Levantamento de necessidades pendente

Padronização concluída

Padronização adiada - mudança sala

Outros materiais:

	Previsão	Custo em R\$
Papel cartão branco	1100	
Papel contact		
Etiqueta PIMACO cód 6185		

ANEXO 9

PORTARIA DO GRUPO DE TRABALHO

EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS
DIRETORIA REGIONAL DE SANTA CATARINA

PRT/REOP-01/SC/
0059/2001

EMI: 28/11/2001

VIG: 01/03/2002

ASSUNTO: DESIGNAÇÃO DE EMPREGADO

DISTRIBUIÇÃO: REOP-01/FNS, GERÊNCIA DE RECURSOS HUMANOS, AC/ESTREITO, AC/CIDADE UNIVERSITÁRIA, AC/CENTRAL FNS, AC/ARTHUR MARIANO, AC/BIGUAÇU.

REFERÊNCIA: MANORG 2/4 ANEXO "0" ITEM 5

1. Designo, a partir de 28/11/2001, os empregados abaixo, a fazerem parte da Equipe que irá padronizar as Unidades de Atendimento da REOP-01/FNS, inspirados no Manual da Qualidade da AC/Cidade Universitária.

- ADRIANA DO NASCIMENTO AQUINI, Técnico em Atendimento e Vendas Junior, matrícula 8.707.474-5, da lotação REOP-01/FNS
- MÁRCIA REGINA KOHLER, Assistente Administrativo III, matrícula 8.704.440-4, da lotação CAD/REOP-01/FNS.
- PEDRO DE SOUZA MORAES, Técnico de Atendimento e Vendas Sênior, matrícula 8.700.462-3, da lotação AC/BIGUAÇU;
- SOTTER ANTÔNIO RODRIGUES PAZ, Técnico de Atendimento e Vendas Júnior, matrícula 8.707.283-1, da lotação AC/ARTHUR MARIANO;
- LUCIANA SATURNINO, Monitor Postal, matrícula 8.703.816-1, da lotação AC/CENTRAL FNS;
- ELIANE CECHINEL PAZ, Técnico de Atendimento e Vendas Junior, matrícula 8.706.143-0, da lotação AC/CENTRAL FNS;
- GABRIEL ALEXANDRE GANDOLFI DA SILVA, Técnico de Atendimento e Vendas Junior, matrícula 8.707.477-0, da lotação REOP-01/FNS..

LEONI MARGARIDA SIMM
CHEFE DA REGIÃO OPERACIONAL-01/FNS
ECT/DR/SC
* * * * *

FBE/fbe