



Gestão de Pessoas: A importância da capacitação de equipes de Telemarketing do Call Center de uma empresa de cobrança Educacional em Imperatriz Maranhão¹

Ana Luiza Queiroz de Matos², Elcivan Bezerra Miranda³

Resumo: O presente estudo busca como objetivo principal contribuir com relevância para o entendimento do leitor sobre a importância do gerenciamento de pessoas no processo de treinamento em equipes de telemarketing. O Call Center é uma área absolutamente importante na estratégia de negócios, pois é um meio de relação mais próxima com os clientes e mostra a eficácia da organização. A construção consiste na pesquisa de campo e o procedimento metodológico utilizado é a abordagem qualitativa e quantitativa de caráter descritivo bem como o uso de questionário aplicado aos colaboradores como instrumento de coleta de dados a fim de adquirir respostas para os objetivos proposto pela pesquisa. Como principal resultado, a perspectiva de que a empresa pesquisada invista ainda mais em gestão de pessoas, principalmente na capacitação de seu Call Center que foi o ponto chave dessa pesquisa, abordando a questão como importante diferencial para o desenvolvimento organizacional e desenvolvimento do capital humano, onde seus funcionários são cientes da importância da capacitação para que alcancem as expectativas esperadas e almejadas por seus superiores e pela empresa como um todo. A pesquisa contribui com o desenvolvimento acadêmico acerca de conhecimento sobre o tema e de forma gerencial buscando compreender a importância da capacitação dos colaboradores para o desenvolvimento da empresa. Para estudos futuros, sugerimos que sejam pesquisadas as concepções de capacitação em organizações de grande porte com mais colaboradores, a fim de que esse estudo possa contribuir para o desenvolvimento organizacional e humano das empresas.

Palavras-Chave: Gestão de pessoas; Capacitação; Call Center.

¹ Artigo apresentado ao Curso de Bacharel em Administração.

² Acadêmica do curso de Bacharelado em Administração da Unidade de Ensino Superior do Sul do Maranhão (UNISULMA). E-mail: adm.analu.contato@gmail.com;

³ Professor Orientador. Especialista em Docência do Ensino Superior (FASMAR), Especialista em Gestão Estratégica Empresarial pela (UNISULMA), Especialista em Operações Logística (UNISULMA), Especialista em Auditoria e Controladoria (Faculdade Anhanguera), Especialista em Psicologia Organizacional (Faculdade Anhanguera) . E-mail: elcivanmiranda@hotmail.com.

People Management: The importance of training Telemarketing teams in the callcenter of an Educational collection company in Imperatriz Maranhão

Abstract: The present study seeks as its main objective to contribute with relevance to the reader's understanding of the importance of people management in the training process in telemarketing teams. The Call Center is an absolutely important area in the business strategy, as it is a means of closer relationship with customers and shows the effectiveness of the organization. The construction consists of field research and the methodological procedure used is the qualitative and quantitative approach of a descriptive nature as well as the use of a questionnaire applied to employees as a data collection instrument in order to acquire answers for the objectives proposed by the research. As a main result, the prospect that the researched company invests even more in people management, mainly in the training of its Call Center, which was the key point of this research, approaching the issue as an important differential for organizational development and human capital development, where its employees are aware of the importance of training so that they reach the expectations expected and desired by their superiors and the company as a whole. The research contributes to the academic development of knowledge on the subject and in a managerial way, seeking to understand the importance of training employees for the development of the company. For future studies, we suggest that the concepts of training in large organizations with more employees be researched, so that this study can contribute to the organizational and human development of companies.

Keywords: People management; Training, call center.

Introdução

O tema escolhido para desenvolvimento da pesquisa dispõe de grande importância para as empresas de telemarketing que visam o funcionamento com excelência no mercado que vivemos. Megido e Xavier (2003) confirmam que as empresas precisam manter-se atualizadas sempre para buscar inovação, seja em tecnologia ou produto. Com o melhor desempenho de suas funções, espera-se aumentar sua eficiência, capacidade de produção e eficácia organizacional; esses esforços tendem a prolongar a vida útil.

Taylor (1970) havia alertado as empresas que elas precisavam de "talentos de alta eficiência", enfatizando que a demanda por talentos para funções simétricas superava a oferta. Naquele período, baseado no princípio de Taylor de seleção e capacitação dos colaboradores, a empresa buscou aprimorar as habilidades necessárias ao exercício de atividades específicas entre seus empregados, limitando-se, assim, às questões técnicas de trabalho.

O presente estudo aborda a capacitação de equipes de telemarketing e call center, e tem por finalidade avaliar como a capacitação do capital humano é relevante para o

desenvolvimento da empresa do segmento de cobrança educacional. Especificamente, pretende-se: Compreender os conceitos de telemarketing e call center, suas características; conhecer o entendimento do gestor e seus colaboradores sobre o tema, avaliar a importância do tema para o desenvolvimento organizacional da empresa.

O artigo foi construído em cinco seções, sendo está a 1, na seção 2 apresenta-se conceitos de gestão de pessoas, Telemarketing e Call Center, Treinamento e capacitação, bem como sua importância para o desenvolvimento da organização, o benefício que o treinamento trás para a empresa; na seção 3 os procedimentos metodológicos desta pesquisa; na seção 4 a análise e discussão dos resultados; na seção 5 as conclusões deste artigo.

A construção consiste na pesquisa de campo e o procedimento metodológico utilizado é a pesquisa qualitativa e quantitativa de caráter descritivo bem como o uso de entrevista através de um questionário a fim de adquirir respostas para os objetivos da pesquisa. Como principal resultado, a perspectiva de que a empresa pesquisada invista ainda mais em gestão de pessoas, principalmente na capacitação de seu Call Center que foi o ponto chave desse estudo, abordando a questão como importante diferencial para o desenvolvimento humano da empresa.

Referencial Teórico

Gestão de Pessoas

Segundo Chiavenato (2014), Gestão de pessoas é a função na organização que está relacionada com provisão, treinamento, desenvolvimento, motivação e manutenção dos empregados. É um Conjunto de políticas e práticas necessárias para conduzir os aspectos da posição gerencial relacionados com as pessoas ou recursos humanos. Para o autor, a gestão de pessoas é contingencial e situacional, pois depende de vários aspectos, como: a estrutura organizacional adotada, a cultura que existe em cada organização, as características do contexto ambiental, o negócio da empresa, os processos internos e outras variáveis importantes.

É notório que o cenário contemporâneo vem mudando e evoluindo rapidamente a cada ano, conforme Chiavenato (2014) a mudança sempre existiu na história da humanidade, entretanto não com a rapidez que é vista atualmente. O que ocorre externamente impacta

dentro das organizações, dessa forma é necessário que as organizações se adequem e evoluam juntamente com o mercado e o cenário externo.

Nesse íterim, uma das áreas que mais sofrem mudanças é o setor de Recursos Humanos, em muitas organizações esse termo vem sendo substituído por Gestão de pessoas, gestão do capital humano entre outras expressões. Atualmente as empresas visualizam seus colaboradores como parceiros fornecedores de suas habilidades, conhecimentos, competências, agregando ricamente no desenvolvimento da empresa. “As organizações são verdadeiros organismos vivos e em constante ação e desenvolvimento” (CHIAVENATO, 2014, P.5).

Mascarenhas (2008) Ressalta que os estudos organizacionais começam a olhar para as variáveis externas e internas da organização como fatores-chave para a compreensão de todos os aspectos da administração, incluindo a estrutura organizacional e os modelos de gestão de pessoas. As organizações são sistemas abertos que devem se adaptar às condições ambientais.

Nesse contexto, de acordo com Chiavenato (2014) A gestão de pessoas é formada por pessoas e organizações em uma interdependência duradoura, pois as pessoas passam a maior parte do tempo em um ambiente de trabalho e as empresas precisam de capital humano para funcionar e ter sucesso. Por um lado, o trabalho consome a maior parte da vida e do esforço das pessoas que dele dependem para sua subsistência e sucesso pessoal. Porém, doutro lado as organizações também dependem das pessoas para operar, produzir bens e serviços, competir no mercado e atingir os objetivos, as organizações jamais existiriam sem as pessoas, portanto é uma relação mútua de dependência na qual há benefícios recíprocos.

Na visão de Chiavenato (2014) Atualmente, as organizações estão ampliando sua visãoe atuação estratégica, cada vez mais conscientes e focadas em seu capital humano. Organizações bem-sucedidas percebem que podem crescer e prosperar somente se puderem melhorar seu investimento em capital humano. A gestão de pessoas é a função que permite que as pessoas colaborem de forma eficaz para atingir os objetivos organizacionais e pessoais, pois as pessoas podem somar ou subtrair os pontos fortes e fracos de uma empresa, dependendo de como são tratadas, podem ser uma fonte de sucesso ou uma fonte de problemas, Por isso, é importante que as empresas invistam no desenvolvimento do capital humano, permaneçam no mercado e tenham sucesso.

Telemarketing e Call Center

De acordo com Casttels (2002) o setor de telecomunicações sofreu muitas mudanças ao longo dos anos, movidas especialmente pelos avanços tecnológicos que transformaram sua lógica funcional e organizacional, com impactos enormes sobre o perfil dos colaboradores. Outrora havia um monopólio que caracterizou o funcionamento desse setor de telecomunicações, no decorrer dos anos foi possível observar que houve um fim nisso, abrindo espaço no mercado para empresas privadas ocorrendo novas demandas sociais muito mais heterogêneas.

De acordo com Stone e Wyman (1992), O desenvolvimento do telemarketing no Brasil é relevante apenas para grandes empresas, e devido aos seus altos custos de manutenção e à necessidade de tecnologia de suporte avançada, apenas as grandes organizações possuem conhecimento e habilidades para essa atitude mercadológica.

Rezende (2006) relatou que houve uma reestruturação nas empresas de telecomunicação observa-se que atualmente não tem somente teleatendimento, mas também outros meios, como e-mail, aplicativos de mensagens, atendimento via inteligência artificial, entre outros. As novas empresas de Call Center associam tecnologias e recursos humanos, ajustam telecomunicações e informática, para processar tráfego de chamadas telefônicas e também administrar o relacionamento entre empresa e cliente.

Segundo Rezende (2006) No atual plano para o setor das telecomunicações, os call centers ocupam uma posição importante, porque estas empresas são importantes em múltiplas áreas de negócio, pois o telemarketing será a base da vantagem competitiva, responsável por contatar os clientes, promover vendas e serviço. Tal deve-se ao acesso cada vez maior aos serviços de telecomunicações, o que tem levado à expansão de novas formas de contatos e relações entre as companhias telefônicas, TV a cabo, fornecedores de Internet e seus clientes, substituindo os serviços presenciais.

Telemarketing é uma atividade muito utilizada pelas organizações com o objetivo de aumentar suas vendas. Este método é estratégico para encurtar distâncias, fidelizar clientes e melhorar o nível de atuação. O volume de vendas ainda tem grande potencial de crescimento.

Embora represente a estratégia de marketing, ele tornou-se um alvo para aqueles que estão insatisfeitos em tentar isso. O telemarketing é usado como um importante meio de comunicação social complementar, pois existem momentos em que não se pode manter um

contato pessoal com o cliente, podendo então ser feito através do telefone, que não deixa de ser um contato pessoal, pois através deste se podem oferecer de forma dinâmica as mesmas informações que seriam repassadas em um contato pessoal, claro que, com as devidas ferramentas o devido treinamento para que não perca a qualidade (OLIVEIRA; REZENDE; BRITO, 2006). Trata-se de um serviço importante, pois:

“Busca responder a uma mudança de atitude dos consumidores, que passam a ter necessidade de suporte ao longo da vida útil do produto, formalizando uma interligação entre produto e serviço, uma vez que, quando se adquire um produto, adquire-se também um serviço” (OLIVEIRA; REZENDE; BRITO 2006, p.125).

De acordo com Oliveira (2004) Seu uso está aumentando e o número de especialistas neste campo também está em expansão. Anteriormente, as empresas lançavam produtos e serviços no mercado, e só então buscavam um alvo para os respectivos produtos lançados. Hoje é totalmente diferente, porque o mundo está cada vez mais competitivo, para atender as demandas do mercado é preciso fazer um estudo preliminar do mercado que chega ao público, e a tecnologia da informação está aí como uma importante ferramenta estratégica.

Com o telemarketing e o Call Center é possível traçar o perfil de cada consumidor de forma quase individual, conhecer de perto um público não é mais um sonho distante. O consumidor está mais exigente em relação a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, com a garantia, preço justo, o empreendedor para se destacar e se manter no mercado é necessário mais do que informações que aumentem as chances de um produto dar certo. Pois com a revolução da informação o consumidor tem acesso com rapidez a inúmeras opções.

O Call Center age como ferramenta para promover meios de interação entre os consumidores e a organização, ou instituições, etc. Com objetivo de aprimorar os relacionamentos, o mesmo abre novos segmentos de atuação profissional, e abrangem vários setores, a equipe que o compõe deve ser especializada e bem treinada para ter êxito.

Treinamento e Capacitação

No que tange ao treinamento e a capacitação é relevante trazer alguns estudos de Chiavenato (2014), que segundo ele, em uma empresa de telemarketing e Call Center é essencial que seus colaboradores passem por um processo de treinamento. Nos dias atuais, o treinamento tem sido considerado uma parte fundamental do processo de desenvolvimento organizacional, é um investimento que a empresa faz para desenvolver as habilidades de

seus colaboradores, pois, é preciso pensar no mundo capitalista que vivemos, o ser humano é uma das maiores riquezas das organizações, mesmo com tantas inovações.

De acordo com Chiavenato (2014) é um processo de forma educativa oferecido em um período curto de tempo, aplicado de maneira metódica e organizada, portanto, para que o treinamento leve o desenvolvimento organizacional, é imprescindível que o planejamento seja bem-preparado para garantir que tenha os resultados desejados, de forma eficaz. É necessário que este método esteja voltado para a eficácia dos colaboradores na execução de suas funções.

Diante disso, os treinamentos na empresa não servem apenas pra dar competência ao colaborador, serve também para motivar e valorizar, dando oportunidade para o colaborador se desenvolver dentro da empresa. O trabalho é uma parcela muito grande na vida do colaborador, portanto é importante que o trabalho ofereça crescimento para a pessoa, que o trabalho tenha sentido, muito mais que somente o salário.

Segundo Boog (2006), o treinamento de pessoas é fundamental na administração de todas as organizações. É importante preparar os operadores de call center para lidar com os clientes, pois ao atender o cliente ele está levando o nome da empresa, e se algo der errado acaba prejudicando, por isso é tão importante que esses colaboradores estejam bem treinados.

Portanto, para um bom treinamento é preciso ter um programa sistematizado e instituído na empresa, dando mais segurança aos colaboradores e qualidade na prestação de serviço aos clientes. Os colaboradores devem receber logo na chegada informações referentes a visão, missão e valores da empresa, bem como também as normas e regras, o treinamento deve incluir a parte sistêmica, envolvendo o sistema de telefonia que será utilizado, bem como também os sistemas de atendimentos próprios que a empresa possua, também treinamento relacionado aos procedimentos operacionais onde o colaborador vai saber exatamente o que fazer em cada etapa do atendimento, do serviço que ele presta.

É válido também haver uma avaliação para identificar as lacunas, e, ou dificuldades no entendimento do conteúdo que foi dado e o entendimento do novo colaborador, para que na sequência seja feito uma reciclagem. Deve-se sempre que possível realizar todo esse ciclo do treinamento antes do início do atendimento do colaborador, isso garantirá o conhecimento pleno e completo de todas as atividades que ele precisa prestar antes de iniciar na operação.

Atualmente com a correria, o imediatismo e urgências que o mundo se encontra, acaba sendo difícil. Porém, a realização do ciclo completo antes de colocá-los no atendimento, será muito importante e trará resultados positivos para a empresa.

"Treinamento é o processo sistemático para promover a aquisição de habilidades, regras, conceitos ou atitudes que resultem em uma melhoria da adequação entre as características dos empregados e as exigências dos papéis funcionais". (ARAÚJO, 2006, p.92).

Toda organização e todos os profissionais precisam e devem evoluir se desenvolver, construir, desconstruir e reconstruir. O mundo muda cada vez mais rápido, num processo de evolução constante, e as organizações precisam acompanhar essa evolução, pois são constituídas por pessoas que precisam constantemente crescer e desafiar-se. Cada vez mais o mercado cobra profissionais atualizados, capacitados e competentes, profissionais que estejam com conhecimento em dias.

De acordo com Chiavenato (2014) é indispensável avaliar e concretizar algumas etapas principais, para que o treinamento alcance seu objetivo, entre elas temos: O levantamento das necessidades, que é onde o processo pode começar a partir da avaliação do desempenho organizacional realizado em um departamento, cargo ou funcionário especificamente, onde estão as necessidades e o público-alvo do treinamento. Ele também precisa avaliar o perfil da empresa e seus recursos, política, missão, visão e valores.

A segunda etapa essencial do treinamento é o planejamento das ações que consiste na elaboração do treinamento, como e qual treinamento será aplicado, quais os métodos que serão usados para atender às necessidades do diagnóstico, auxiliar o palestrante no processo de implantação. A Implementação é durante a fase de treinamento, deve ser conduzido por profissionais qualificados, e precisa prestar atenção a todos os sinais exibidos pelos funcionários durante o trabalho realizado.

Assim, o treinamento tem sido entendido como “o processo pelo qual a pessoa é preparada para desempenhar de maneira excelente as tarefas específicas do cargo que deve ocupar” (CHIAVENATO,2014).

O treinamento implantado de forma correta em uma empresa de Call Center gera grandes vantagens estruturais como: a possibilidade de análise das necessidades de toda organização, equipe melhor preparada dentro do mercado competitivo, redução no número de reclamações, autonomia dos agentes na resolução de problemas, aumento da produtividade, maior satisfação dos clientes, maior poder de persuasão. Pois é grande o

número de pessoas que reclamam do atendimento dos Call Centers, a equipe bem treinada está preparada para um atendimento mais ágil e mais eficaz.

Marras (2001) afirma que “treinamento é um processo de assimilação cultural em curto prazo, que objetiva repassar ou reciclar conhecimento, habilidades ou atitudes relacionadas diretamente à execução de tarefas ou à sua otimização no trabalho”

Sabe-se que trabalhar em um Call Center não é fácil, ter que lidar com clientes difíceis e insatisfeitos muitas vezes até agressivos, por isso é necessário práticas de motivação por parte do líder para com a equipe, garantindo um trabalho bem-feito e resultados positivos para a empresa. Equipes bem treinadas conseguem utilizar estratégias mais eficientes para atingir os objetivos que a empresa almeja.

Existem inúmeras formas de aplicar um treinamento na empresa segundo Marras (2001) alguns dos métodos são: Treinamento de integração, que é quando o colaborador inicia na empresa, ele será preparado para sua função, conhecendo todo o andamento da empresa. Treinamento comportamental, que é um método utilizado para aperfeiçoar as habilidades, o comportamento as atitudes do colaborador.

O desenvolvimento dos indivíduos dentro da organização pode ser determinado por sua capacidade de assumir e executar responsabilidades, e responsabilidades mais complexas como essa maior complexidade permite que os indivíduos agreguem mais valor à organização. Em geral, os indivíduos mais competentes enfrentam novos desafios e, no âmbito das respostas positivas, enfrentam desafios ainda maiores. Os sistemas tradicionais não podem dar uma resposta adequada a esta situação porque apenas reconhecem o que os indivíduos fazem, não o que fornecem, e porque não conseguem medir a expansão do espaço profissional das pessoas (ZARIFIAN, 2001).

Metodologia

Através da pesquisa realizada procurou-se compreender a temática desse estudo, para um maior conhecimento acerca dos benefícios que a capacitação proporciona em equipes de telemarketing em uma empresa de cobranças na cidade de Imperatriz Maranhão, a pesquisa se trata de um estudo de caso do setor de call center da organização, no qual se encontram em torno de vinte e um operadores que contém todo universo amostral a ser estudado.

O procedimento metodológico utilizado nesse trabalho é a pesquisa Exploratória segundo Gil (2008), se caracteriza como sendo um levantamento de dados iniciais, para

desenvolvimento de teses, hipóteses e soluções, que podem servir como base para estudos posteriores. As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

De todos, os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menos rigidez no planejamento. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Procedimentos de amostragem e técnicas quantitativas de coleta de dados não são costumeiramente aplicados nestas pesquisas. (GIL, 2008, p.27) É exploratória porque o objeto de estudo foi uma organização na qual a coleta e amostras de dados foram feitas através de pessoas envolvidas no processo em estudo.

De acordo com Gil (2008) As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob esse título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

Qualitativa Quanto à abordagem esse projeto experimental se caracteriza como qualitativo. Segundo Silva e Menezes (2005), uma pesquisa qualitativa se caracteriza pela: “[...] A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicos no processo de pesquisa qualitativa [...]”. “O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados [...]”. Desta forma, o projeto experimental é qualitativo, pois utiliza de instrumentos de pesquisa e análises de dados do processo de treinamento da organização em estudo.

Resultados e Conclusões

Neste tópico serão apresentados os resultados alcançados com base na aplicação dos instrumentos que serviram de coleta de dados para pesquisa de campo.

Empresa Pesquisada

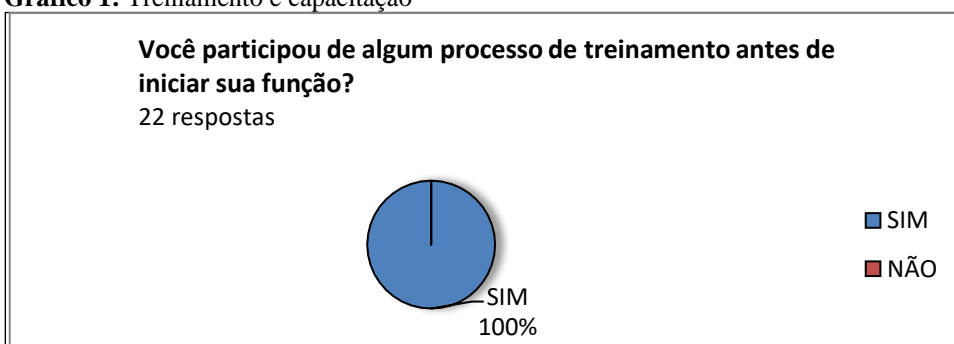
Trata-se de uma empresa de cobrança Educacional, que possui filial em várias cidades do Brasil, com sede São Paulo/SP. Os serviços prestados são para instituições de

ensino, escolas, faculdades, universidades e cursos preparatórios. Seu objetivo é revolucionar o mercado de gestão de cobrança educacional e reduzir a inadimplência.

Pesquisa

Primeiramente aplicou-se um questionário que busca saber se os colaboradores passaram por um processo de treinamento e capacitação antes de iniciar a função direcionada para 22 funcionários do setor de cobrança da empresa.

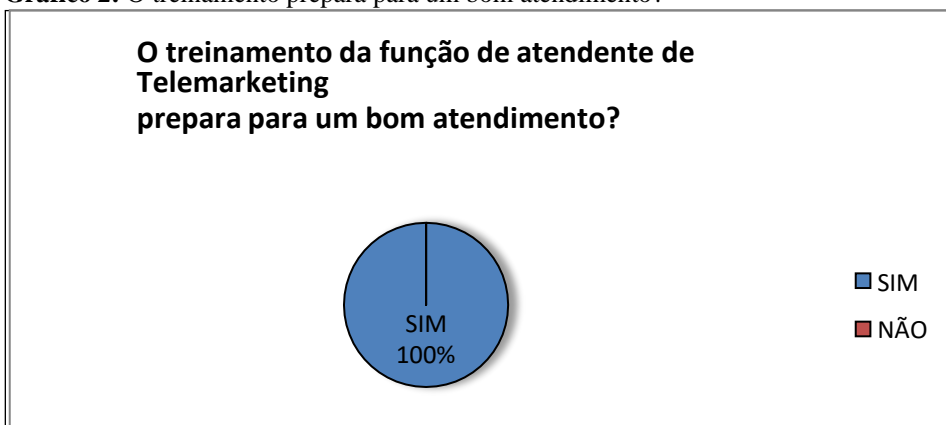
Gráfico 1: Treinamento e capacitação



Fonte: Pesquisa de campo

Apresentado acima, 100% dos colaboradores passaram pelo processo de treinamento, que é crucial na empresa, nenhum colaborador exerce o cargo e sua função sem antes se capacitar.

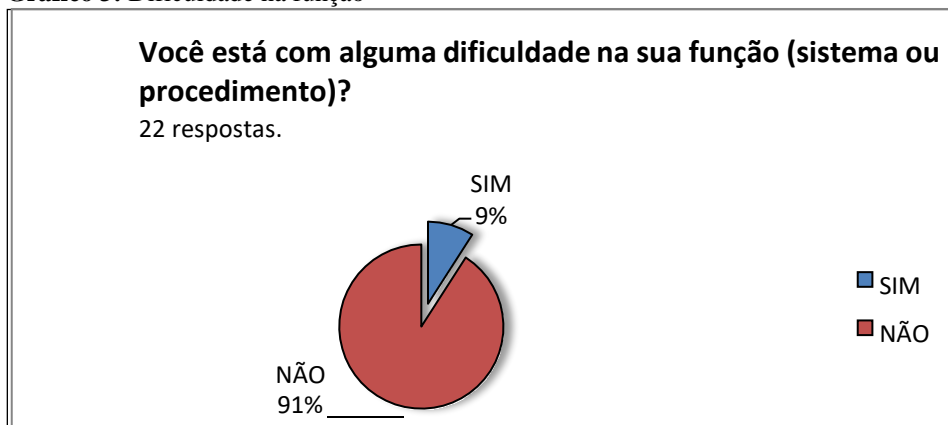
Gráfico 2: O treinamento prepara para um bom atendimento?



Fonte: Pesquisa de campo

No gráfico acima mostra que 100 % dos colaboradores disseram que o treinamento capacita para um bom atendimento. Mostrando a importância que tem para a empresa.

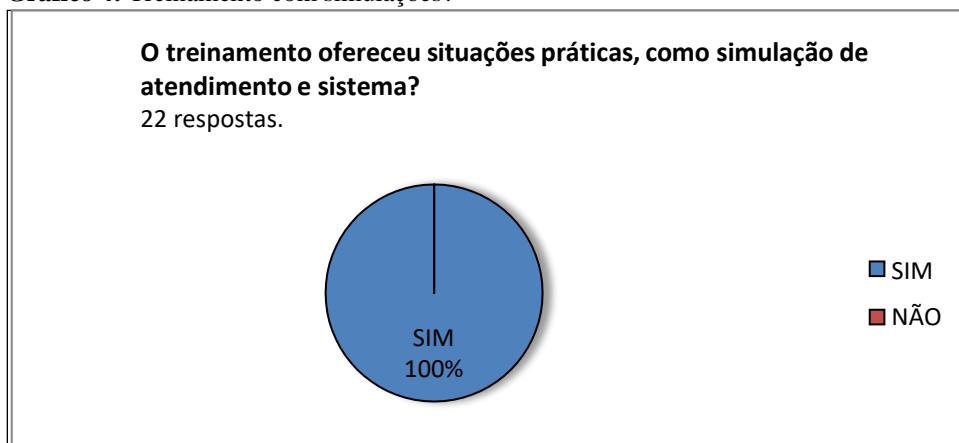
Gráfico 3: Dificuldade na função



Fonte: Pesquisa de campo

No gráfico acima 91% dos colaboradores disseram que não sentem dificuldade na sua função ou sistema da empresa, e somente 9% relataram que mesmo após o treinamento sentem dificuldade.

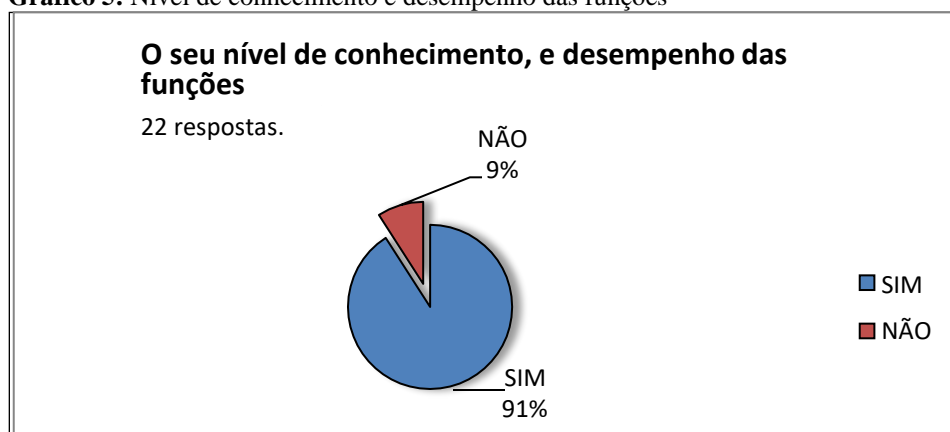
Gráfico 4: Treinamento com simulações?



Fonte: Pesquisa de campo

No gráfico representado acima evidencia que o treinamento dado pela empresa oferece situações práticas, com simulação de atendimento o cliente, e simulação do sistema em que o colaborador irá trabalhar 100% dos colaboradores responderam que sim.

Gráfico 5: Nível de conhecimento e desempenho das funções



Fonte: Pesquisa de campo

O gráfico acima mostra que 91% dos colaboradores afirmam que seu nível de conhecimento aumentou após o treinamento, 9% responderam que não, que seu nível de conhecimento não teve uma evolução. O que é um número bem inferior, sendo assim a pesquisa evidencia como o treinamento e a capacitação é importante para o desenvolvimento dos colaboradores na organização.

Além dessas foram feitas outras perguntas buscando saber se o treinamento prepara o público pesquisado para um bom atendimento, se sinalizam para o supervisor em caso de dúvidas e se surte efeito, e eles avaliaram de modo geral o treinamento que eles recebem, dando uma nota de 0 a 10, e o resultado foi que de 22 colaboradores 20 avaliaram com nota 10 para a capacitação que eles recebem. Portanto o processo de treinamento e capacitação realizado pela empresa pesquisada tem resultados positivos, mostrando a eficácia que esse processo tem, e o benefício do mesmo para a empresa e para o desenvolvimento de seu capital humano, agregando mais aprendizado.

Considerações Finais

Diante das novas demandas do mercado, a gestão de pessoas é considerada uma ferramenta eficaz a cada dia, as organizações estão mais interessadas no desenvolvimento de seu capital humano, através de treinamentos e capacitações de suas equipes. Pois como diz Fleury (2004) “Saber agir de maneira responsável, integrar e transferir conhecimento, recursos, habilidades, que agreguem valor econômico a organização e valor social ao

indivíduo”. Conforme as respostas à pesquisa aplicada observou-se que os funcionários passam pelo processo de treinamento e capacitação, e que os resultados são bons mostrando sua eficácia e importância na empresa.

Observou-se também que a pesquisada investe em capacitação para produzir conhecimentos, obtendo assim um retorno positivo no seu desenvolvimento. Isso faz com que os colaboradores sejam cada vez mais motivados a exercerem suas tarefas com eficiência. Apesar de ser evoluída diante de outras organizações a respeito de gerir pessoas, este processo é delicado e dispõe de continuidade e aperfeiçoamento.

Pois, para que esse serviço de Call Center seja ofertado de forma eficiente e eficaz, a empresa deve garantir a seu empregado, os meios necessários para tal, que vão desde ferramentas tecnológicas e intelectuais, capacitação, adaptação a mudanças externas, ambiente favorável ao bom desempenho de suas funções laborais até o reconhecimento dos serviços prestados e ações motivacionais, porque esse setor é fundamental para essa empresa.

Portanto percebeu-se no decorrer do trabalho a importância da capacitação de equipes de telemarketing de call center, para otimizar o atendimento e potencializar o lucro e atingir os objetivos da empresa, pois o operador desempenha uma importante função, com o objetivo de atrair e fidelizar clientes, para isso é necessário um atendimento de excelência que é obtido através de treinamento.

Para estudos futuros, sugerimos que sejam pesquisadas as concepções de gestão de pessoas em organizações de grande porte com mais funcionários a fim de compreender como o tema contribui para o desenvolvimento organizacional. Conclui-se então, que a empresa pesquisada investe em gestão de pessoas principalmente na capacitação de seus colaboradores do setor de call Center que foi o ponto chave da nossa pesquisa, e aborda a questão como um importante diferencial para o desenvolvimento organizacional e para o sucesso da empresa.

Referências

ARAÚJO, Luís César G. de. **Gestão de Pessoas**. - São Paulo: Atlas, 2006.

BOOG, Gustavo G., Magdalena T.; **Manual de Treinamento e Desenvolvimento: Processos e Operações** – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos: como incrementar talentos na empresa.** 7.ed. São Paulo: Atlas, 2014.

FLEURY, Afonso Carlos Corrêa; FLEURY, Maria Tereza Leme. **Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira/ Afonso Carlos Corrêa Fleury, Maria Tereza Leme Fleury.** São Paulo: Atlas, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Investigação e análise dos processos de gestão da informação em uma empresa do setor de call centers. Disponível em:

https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362009000200004.

Acesso em: 23 abril.2022.

MASCARENHAS, André Ofenhejm. **Gestão estratégica de pessoas: evolução, teoria e crítica.** São Paulo: Cengage Learning, 2008.

MARRAS, P.J. **Administração de recursos humanos: do Operacional ao Estratégico.** 4.ed. São Paulo: Futura, 2001.

OLIVEIRA, Simone; REZENDE, Marcello Santos; BRITO, Jussara. **Saberes e estratégias dos operadores de telemarketing frente às adversidades do trabalho.** Revista Brasileira de Saúde Ocupacional, v. 31, n. 114, p. 125-134, 2006.

OLIVEIRA, S. M. **Reestruturação das Telecomunicações no Brasil: uma (re)visão das estratégias de gestão da produção e das relações de trabalho na cadeia produtiva. Estudo de caso da telefonia fixa em São Paulo - 1990-2003.** 2004. Tese (Doutorado em sociologia). São Paulo, FFLCH/USP, 2004.

RH Portal. **Apostila de telemarketing.** Disponível em Acesso em 18Abr. de 2022.STONE,

Bob; WYMAN, John. **Telemarketing.** São Paulo: Nobel, 1992.

SILVA, E.L da; MENEZES, E.M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação.** Florianópolis: Laboratório de Ensino a distância da UFSC, 2005.

TAYLOR, Frederick Winslow. **Princípios de Administração Científica.** 7.ed. São Paulo: Atlas, 1970.

ZARIFIAN, P. **Objetivo competência: por uma nova lógica.** Tradução de Maria Helena C. V. Trylinski. São Paulo: Atlas, 2001. Tradução de: Objectif competence.

Como citar este artigo (Formato ABNT):

MATOS, Ana Luiza Queiroz de; MIRANDA, Elcivan Bezerra. **Gestão de Pessoas: A importância da capacitação de equipes de Telemarketing do Call Center de uma empresa de cobrança Educacional em Imperatriz Maranhão.** *Id on Line Rev. Psic.*, Maio/2022, vol.16, n.60, p. 260-274, ISSN: 1981-1179.

Recebido: 20/04/2022;

Aceito 25/04/2022;

Publicado em: 30/05/2022.