

EDITORIAL

Podemos dizer que esta é uma edição especial da Revista Postal Brasil, pois marca o início da submissão de artigos oriundos do curso de Pós-graduação em Gestão de Negócios dos Correios, que teve a conclusão da primeira turma em dezembro deste ano. Embora a apresentação de artigos à revista seja aberta, conforme prevê seu regulamento, dos artigos aprovados para esta edição, cinco são resultados do trabalho de conclusão do curso de pós-graduação, que, em conjunto com outros quatro artigos, foram avaliados e selecionados pelo Comitê de Avaliação Técnica. Foram trinta e oito artigos submetidos, nove selecionados, dois artigos a mais que a edição anterior, o que demonstra o crescimento da nossa revista.

Assim como a Postal Brasil, o curso de Pós-graduação em Gestão de Negócios dos Correios é uma prática de Gestão do Conhecimento dos Correios. Se no contexto do modelo de GC da empresa a revista visa à retenção e ao compartilhamento do conhecimento, o curso, por sua vez, expande para a criação e aplicação deste conhecimento, ambos funcionando como ferramentas de gestão do conhecimento e fomento à inovação contínua, visando ao desenvolvimento das pessoas e ao aprendizado organizacional para sustentabilidade empresarial.

O curso de Pós-graduação foi criado em 2016 como uma evolução do Curso de Administração Postal, que oferecia formação interna em nível superior, e do Programa de Bolsas de Estudos, que viabilizou a formação externa em diversos níveis da educação formal (idiomas, técnico de nível médio, graduação, pós-graduação em nível de especialização, mestrado e doutorado). A premissa do projeto do curso foi de desenvolver um processo contínuo de formação e capacitação profissional de gestores e especialistas no setor postal, utilizando os recursos existentes, como infraestrutura física e tecnológica de

educação e, principalmente, o corpo docente, formado por empregados dos Correios com ampla experiência profissional no setor e formação acadêmica em nível de especialização, mestrado e doutorado.

Para efeito do credenciamento da Universidade Corporativa dos Correios junto ao Ministério da Educação, o projeto pedagógico e todos os normativos do curso foram construídos de forma alinhada à legislação vigente no que diz respeito à oferta de cursos de Especialização na modalidade a distância. Embora esta legislação não tenha mantido a obrigatoriedade de realização de trabalhos de conclusão de curso ou monografia para cursos dessa natureza, a coordenação do curso decidiu por manter o TCC como disciplina e pré-requisito para aprovação final, com objetivo de fomentar a prática da escrita, observando as regras de direitos autorais e da metodologia da pesquisa científica. Além disso, o curso aborda temas vinculados a produtos, processos, tecnologias e serviços do setor postal, visando ao desenvolvimento de pesquisa aplicada aos Correios.

Abrimos esta edição com artigo da autora formada no curso de Pós-graduação em Gestão de Negócios dos Correios, que aborda a adoção de uma nova ferramenta de os Correios se conectarem aos seus clientes por meio do autoatendimento de encomendas. O artigo analisa o grau de aceitação de clientes de encomendas que frequentam as agências dos Correios e a adoção da prática em outros correios do mundo para estudo da viabilidade de adoção do modelo de atendimento.

Ainda sobre o tema gestão de canais, o segundo artigo analisa a percepção do usuário pessoa física no uso de canais alternativos de atendimento nos Correios do Brasil. Os autores utilizaram pesquisa em formulário eletrônico com aplicação do método de aderência do modelo de aceitação tecnológica (*Technology Acceptance Model – TAM*) para

corroborar no sentido de que podem ser oferecidos aos usuários novas alternativas de atendimento, não somente na tecnologia de autoatendimento (totem, ATM, TAE, locker, Drive-Thru), como também em outras tecnologias, tais como: pré-atendimento iniciado no mobile (APP) e finalizado em ponto de venda físico (PDV), coleta alternada de objetos, *vending machine* no PDV físico, coleta e entrega de forma colaborativa, adequando as soluções tecnológicas de acordo com o grau de usabilidade dos usuários.

Qual o potencial de negócio para o serviço de emissão da carteira de identidade em agências dos Correios? Esta é a questão central apresentada no terceiro artigo. Segundo o autor, a pesquisa surgiu da observação de usuários em agência dos Correios que, ao solicitarem serviços ligados à inscrição de CPF e ao Banco Postal, tinham a necessidade de emissão ou atualização de seu documento de identidade. Esta demanda atualmente não é atendida e é constantemente questionada pelos clientes aos atendentes comerciais das agências dos Correios. Por ser uma necessidade básica de todo cidadão, torna-se uma oportunidade de negócios para os Correios.

Logística de distribuição é o tema do quarto artigo. Nele o autor parte dos principais conceitos em logística e terceirização e apresenta o Pressuposto da Coopetição, oriundo do estudo de Panzar (2015), que inspirou a pesquisa. Segundo o artigo, o termo Coopetição, em linhas gerais, é definido como colaboração entre empresas rivais e surgiu nos Estados Unidos com o crescimento dinâmico do mercado de e-commerce, que resultou no exponencial crescimento no volume de encomendas e fez com que, para se manterem competitivas, as empresas comesçassem a colaborar com seus concorrentes.

O quinto artigo aborda a qualidade do atendimento em agências dos Correios. Para a autora, a escolha dos Correios como foco da pesquisa deu-se por ela ser uma das maiores empresas públicas do Brasil, importante agente social do Governo, com atuação em todo território nacional e, em certas localidades do interior, o único ponto físico de representação governamental. A pesquisa estruturada avaliou categorias como: localização, apresentação dos funcionários, expectativa do tempo de espera, qualidade de atendimento e acesso às informações.

Uma das grandes e desafiadoras operações logísticas realizada pelos Correios é o tema do sexto artigo: a logística do livro didático no Amazonas. Neste artigo, o autor apresenta as dificuldades logísticas na distribuição dos livros didáticos no estado do Amazonas e a implantação de um sistema de triagem informatizado que realize o controle de encomendas nas atividades e acelere o tratamento da carga no centro de distribuição local e, assim, contribua para que os livros cheguem, em tempo hábil, nas escolas públicas do Estado, superando todas as adversidades características da região, como grandes distâncias, clima e modais logísticos.

Marketing é o assunto do artigo de número sete. Embasado em uma ampla revisão da literatura, a pesquisa faz reflexão sobre a Sociedade da Insatisfação, com suas características, anseios, decepções e demais aspectos que levam os clientes a perceber valor. Além disso, o autor identifica as melhores práticas do marketing de relacionamento para agregar valor ao cliente.

O oitavo artigo aborda umas das bases da administração de qualquer instituição e que é elemento-chave para sua sustentabilidade: a importância do planejamento estratégico para as organizações. Com abordagem direta e embasado em autores renomados no assunto, o artigo discorre sobre elementos

vitais para a elaboração de um planejamento que seja de fato uma excelente ferramenta de gestão, que direcione a organização e auxilie a tomada de decisão pela liderança.

Fechamos esta edição da Postal Brasil com o artigo relacionado à gestão da rede franqueada. Neste estudo de caso, o autor apresenta uma análise da rede franqueada dos Correios com base no sistema de informação gerencial para informação e suporte no Franchising utilizado pelos Correios. Segundo o autor, em 2017, a rede franqueada foi responsável por sessenta e um por cento da receita de toda a rede de atendimento dos Correios, o que demonstra uma significativa oportunidade de negócio e de melhoria contínua no processo de gestão da rede.

Aproveite o que estamos compartilhando com você!

Marcelo Carlos da Silva
Presidente do Conselho Editorial
da Revista Postal Brasil