

Atendimento ao público: qualidade como estratégia de superioridade em atendimento

Francislene Lira Diniz (UFPB) francislenelira@ig.com.br

Resumo

O presente artigo tem por finalidade examinar a Qualidade como estratégia de superioridade em atendimento ao público numa empresa prestadora de serviços. Foi selecionada como alvo da pesquisa a Cia. De Água e Esgotos da Paraíba - CAGEPA. Trata-se de uma sociedade comercial de economia mista, cujo acionista majoritário é o Governo do Estado da Paraíba. Sua finalidade consiste em fornecer água e coletar esgotos em todo o território paraibano. Os dados em que se baseia este trabalho foram obtidos através de reuniões periódicas de sensibilização, de estímulo à apresentação de sugestões por parte das atendentes e supervisoras e da aplicação de questionários abertos. A Loja Central conta com 04 supervisoras e 28 atendentes, que receberam, em 2001, uma média mensal de 22 mil telefonemas. O objetivo central deste estudo consiste em identificar o significado do atendimento ao público com qualidade x atendimento ao público sem qualidade para as atendentes e supervisoras, evidenciado no setor de atendimento ao público da CAGEPA em João Pessoa (PB).

PALAVRAS-CHAVE: Atendimento – Qualidade; CAGEPA – Qualidade; Atendimento - Telefone

1. Introdução

As empresas da atualidade estão conscientes da importância do cliente e procuram atingir o consumidor e promover seu encantamento para conseguir manter o interesse pelo produto ou serviço oferecido. Além de produzir um produto ou serviço de boa qualidade, será necessário um acompanhamento do mesmo e de seu respectivo consumidor.

O caminho para atingirmos essa satisfação passa pelo que denominamos hoje de Qualidade. Qualidade no que se refere não apenas aos produtos/serviços ou consumidores, mas também e principalmente a qualidade no que concerne à força de trabalho comprometida com a excelência no atendimento aos clientes.

Observamos que o valor percebido pelo consumidor/cliente está diretamente relacionado ao funcionário envolvido na obtenção do que ele procura, seja produto ou serviço.

Como o papel dos atendentes e seus supervisores é decisivo no relacionamento empresa-cliente, o presente estudo visa a identificar a maneira como esses servidores de uma Empresa de Saneamento e Abastecimento d'água percebem o conceito de atendimento ao público com qualidade e atendimento ao público sem qualidade.

A pesquisa de dados para a elaboração desse trabalho desenvolveu-se no âmbito da CIA. DE ÁGUA E ESGOTOS DA PARAÍBA - CAGEPA, empresa de economia mista que detém o monopólio do abastecimento d'água e coleta de esgotos no Estado da Paraíba.

2 Objetivos

✍ Identificar o significado do **atendimento ao público com qualidade x atendimento ao público sem qualidade**, das prestadoras de serviços do atendimento ao público de uma

Empresa de Saneamento e Abastecimento d'água.

✎ Identificar o significado do **atendimento ao público com qualidade x atendimento ao público sem qualidade**, para as supervisoras do atendimento ao público de uma Empresa de Saneamento e Abastecimento d'água.

✎ Comparar os significados do **atendimento ao público com qualidade x atendimento ao público sem qualidade**, para as prestadoras de serviços do atendimento ao público de uma Empresa de Saneamento e Abastecimento d'água com os significados para os seus supervisores.

3 Metodologia adotada

3.1 Definição do Campo de Atuação

- LOJA CENTRAL de atendimento ao público da Companhia de Água e Esgotos da Paraíba – CAGEPA.
- A Loja Central, situada na cidade de João Pessoa, na Rua Diogo Velho, nº 400, no Centro da cidade.

3.2 A Cagepa e o serviço de atendimento ao público

O Setor de Atendimento ao Público, compreende a disponibilidade mantida pela CAGEPA para receber do público solicitações de serviços, pedidos de informações, comunicados de vazamentos, críticas e sugestões. O Setor de Atendimento ao Público, compreende o atendimento personalizado, no qual o cliente é atendido pessoalmente pela atendente, também conhecido como o atendimento de balcão; o atendimento telefônico que de acordo com a denominação, é efetuado através de telefone. O horário de funcionamento do Setor de Atendimento ao Público é de 07:00 às 19:00 horas, todos os dias da semana.

Mediante as condições de atendimento apresentados anteriormente o Setor de Atendimento Personalizado da CAGEPA do Regional do Litoral, João Pessoa, atende a uma média mensal de 6.000 (seis mil) clientes, onde o tempo médio de atendimento é de 10 (dez) minutos, com 7(sete) minutos de tempo médio de espera. No tocante ao atendimento telefônico, os índices de atendimento, em João Pessoa, apresentam uma média mensal de 22.000 (vinte e dois mil) atendimentos onde o tempo médio de atendimento é de 2,5 (dois e meio) minutos com um percentual de 4% (quatro por cento) de ligações perdidas e um tempo médio de espera para atendimento de 5 (cinco) segundos.

3.3 Caracterização do sujeito

Optou-se pela Loja Central, por sua representatividade, como objeto do trabalho junto às atendentes e supervisoras, por ser a única que concentra o atendimento personalizado e telefônico, portanto com maior número de atendentes: 38 (trinta e oito) atendentes, distribuídas entre o turno da manhã (07:00 às 13:00 horas), e o turno da tarde (13:00 às 19:00 horas), com 18 (dezoito) atendentes mais 02 (duas) supervisoras no atendimento personalizado e 16 (dezesesseis) atendentes mais 02 (duas) supervisoras no atendimento telefônico. A CAGEPA adota como perfil da atendente comercial, para a otimização do exercício da função, as seguintes características: escolaridade em nível médio; noções básicas de computação; habilidade no trato com as pessoas; boa apresentação; cortesia e atenção; segurança e controle emocional; discernimento na análise e julgamento do que o usuário deseja; voz agradável, amistosa, dicção clara e distinta; caligrafia legível e sexo feminino.

3.4 Procedimentos e instrumentos de coleta de dados

No desenvolvimento deste estudo, utilizou-se a aplicação de questionários abertos, que foram distribuídos a cada integrante do setor, juntamente com a orientação para o seu preenchimento. O questionário consta de 03 (três) partes. A primeira parte visando identificar a pessoa na sociedade. A Segunda parte identifica a atividade profissional do entrevistado. A terceira e última parte procurou apreender o significado para as atendentes e supervisoras do Setor de Atendimento.

3.5 Procedimento de Análise

Tomou-se como referência para estabelecimento do plano de análise do estudo em questão, a análise de conteúdo manual (BARDIN; VALA, 1977; VALA, 1994).

“(…) A análise de conteúdo é um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutil em constante aperfeiçoamento, que se aplicam à "discursos" extremamente diversificados”. (BARDIN, 1977 In: CATÃO 2001). Segundo Catão (2001): "(...) a análise do conteúdo tem por objetivo a compreensão crítica do sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas".

Esta técnica procura reduzir o volume amplo de informações contidas em uma comunicação a categorias conceituais ou classes conceituais, que permitam passar dos elementos descritivos a interpretação do sentido do conteúdo. Conforme esta mesma autora, citando Bardin: “(...) a decodificação de um documento pode utilizar-se de diferentes procedimentos para obter o significado profundo dos conteúdos emergentes, entre estes se evidencia a decomposição do texto privilegiando um aspecto da análise, à exemplo da classificação de acordo com a categorização temática, a análise categorial”.

O plano de análise aplicado neste estudo desenvolveu-se de acordo com a organização dos momentos a seguir:

a) Constituição do Corpus

b) Leitura Flutuante

c) Organização do Corpus

d) Identificação de Categorias

4 Atendimento ao público com qualidade X Atendimento ao público sem qualidade.

O significado de atendimento ao público com qualidade e atendimento ao público sem qualidade para atendentes e supervisoras, evidenciado no setor de atendimento ao público da Companhia de Água e Esgotos da Paraíba, referencial teórico construído neste estudo, permite um conhecimento sobre como esses coletivos pensam em relação ao assunto em questão. Evocam-se, a seguir, as categorias e seus respectivos significados que emergiram das falas das atendentes e supervisoras.

4.1 Atendimento ao público com qualidade

Categoria um: Relacionamento com cliente

Atendimento ao público com qualidade enquanto relacionamento com cliente, para atendentes e supervisoras, é o atendimento dirigido com exclusividade para uma pessoa, e compreende duas subcategorias a seguir:

- Postura das atendedoras
- Satisfação do cliente

Postura das atendedoras

Nesta subcategoria, atendimento ao público com qualidade para as supervisoras e atendedoras coloca-se como sendo uma atitude cortês, educada e atenta em relação ao cliente, evidenciado nas falas.

Observa-se, nestas falas, que os dois grupos pesquisados percebem a postura da atendente/relacionamento com cliente, enquanto atendimento ao público com qualidade, sob a mesma ótica, onde a forma de tratar bem o cliente é determinante, possibilitando ao cliente uma imagem positiva da organização mesmo que não tenha obtido o que deseja.

A contribuição da relação atendente X supervisora é tão grande no que concerne ao atendimento com qualidade que é preciso repensar a relação psicológica entre estes dois grupos, já que ela afeta a qualidade da relação psicológica entre o empregado e o cliente, de acordo com Albrecht (1998).

Satisfação do Cliente

Reflete-se, a seguir, sobre o atendimento ao público com qualidade, enquanto satisfação do cliente, por parte das atendedoras e supervisoras, como a habilidade de atender às necessidades explícitas e implícitas do cliente, demonstrado nas falas a seguir:

Os dois grupos revelam que a satisfação do cliente independe da obtenção do que foi solicitado.

Categoria dois: Formação Profissional

Esta categoria compreende atendimento ao público com qualidade enquanto formação profissional para atendedoras como sendo um processo permanente de aprendizado, com treinamento contínuo para obtenção de profissionais capacitados e qualificados para o cargo, evidenciado nas falas.

Observou-se nas falas das atendedoras a importância atribuída à formação profissional. A qualidade no serviço de atendimento ao público está relacionada diretamente com a qualidade da formação profissional para este grupo.

A respeito disso, Ângelo e Giangrande (1999), afirmam que "(...) em muitos casos, o problema não é com o treinamento, nem com o funcionário. A questão é que não há consistência entre o discurso feito no treinamento e as ações de fato praticadas na loja".

No grupo das supervisoras, percebe-se a ausência desta categoria.

Faz-se necessário um alerta, por que uma das características comuns aos superastros de serviços descritas por Desatnick e Detzel (1999), diz que é preciso o seguinte: "Definir cuidadosamente os papéis de gerentes e supervisores na promoção da superioridade contínua em serviços".

A importância da função da supervisora é evidenciada por Mary Meyer, quando afirma que: "Todo empregado assume seu posto já motivado. Todavia, um supervisor desavisado ou negligente pode apagar rapidamente esse entusiasmo".

Categoria três: Relação consigo e com a empresa

Atendimento ao público com qualidade enquanto relação consigo e com a empresa, é apreendido pelas atendedoras e supervisoras como sendo o crescimento da empresa que dispõe

de uma equipe de funcionários que a defenda e esteja sempre disponível a atender clientes dentro das normas estabelecidas, visto nas falas:

As falas apreendidas nesta categoria refletem que para o pessoal do atendimento, com maior frequência, atendimento com qualidade é atender as necessidades da empresa. Fazendo presente também, com menor frequência a relação consigo, caracterizado pela fala “(...) *gosta do que faz(...)*”. Entende-se que há uma desarticulação entre as expectativas do funcionário e as da empresa, com a Segunda sendo prioridade máxima, desconhecendo então, que é através desta vinculação que se obtém a qualidade no serviço, um serviço executado com motivação.

Categoria quatro: Organização do serviço

Atendimento ao público com qualidade enquanto organização do serviço é compreendido pelas supervisoras e atendentes como sendo a execução do serviço de forma padronizada, diretamente com o cliente, com eficiência e eficácia, refletido nas falas:

Nestas colocações, supervisoras e atendentes revelam sua percepção de que a padronização do atendimento é condição para que haja eficácia e eficiência contudo sabe-se que o que deve haver é o fornecimento de padrões claros de desempenho, como um roteiro de atendimento que traduza os fundamentos, de suas atribuições, porém preservando a autonomia dos funcionários para evitar um atendimento mecanizado. Portanto, sabe-se que o incomum não se encontra em manuais. E no atendimento com qualidade a atendente precisa estar preparada para o incomum, para então obter a eficácia e eficiência desejadas.

Categoria cinco: Recepção do problema

Nesta categoria, o atendimento ao público com qualidade, enquanto recepção de problema, é percebido pelas supervisoras e atendentes como sendo a habilidade e aptidão de receber e procurar resolver os problemas dos clientes e a principal função do setor de atendimento ao público, como se verifica nas falas:

Cabe notar que na visão destas funcionárias o atendimento e o problema se confundem. A compreensão de que a rotina diária se esgota em receber problemas é desmotivadora. A percepção que a atendente tem do atendimento é a que ela irá transmitir ao cliente. É necessário portanto que a atendente tenha a visão de que o atendimento é algo mais do que apenas lidar com problemas.

4.2 Atendimento ao público sem qualidade

Categoria um: Relacionamento com cliente

No atendimento ao público sem qualidade enquanto relacionamento com cliente, para atendentes e supervisoras é verificado como uma forma de atender sem dar atenção e portanto não satisfazendo o cliente, sendo compreendido também em duas subcategorias a seguir:

- Postura das atendentes
- Satisfação do cliente

Postura das atendentes

As falas apreendidas nesta subcategoria, colocam atendimento ao público sem qualidade para atendentes e supervisoras, como sendo ausência de atenção para com o cliente, verificado nas falas:

Evidencia-se nas falas das duas categorias que um atendimento sem disponibilidade de atenção para com o cliente é fadado ao fracasso.

Satisfação do cliente

O atendimento ao público sem qualidade enquanto satisfação do cliente é percebido pelas atendentes e supervisoras como sendo o não atendimento das expectativas do cliente, de acordo com as falas:

Sabe-se que é o grau de satisfação do cliente que determina se o atendimento tem qualidade ou não. E é no desempenho das funções das atendentes e supervisoras que se decide esta satisfação, se o atendimento é com qualidade ou não.

Categoria dois: Formação Profissional

Verifica-se nesta categoria que atendimento ao público sem qualidade enquanto formação profissional é caracterizado por um atendimento inepto de acordo com as falas:

Como no atendimento ao público com qualidade, ao abordar o atendimento ao público sem qualidade enquanto formação profissional, apenas as atendentes mencionam esta categoria. Considera-se este fato agravante.

Categoria três: Relação consigo e com a empresa

Observa-se o atendimento ao público sem qualidade enquanto relação consigo e com a empresa, por parte das atendentes, como sendo o atendimento onde por não gostar do que faz, a atendente traz problemas pessoais para o trabalho, impossibilitando que a empresa atenda as expectativas do cliente verificado nas falas:

É interessante verificar que, quem não tem disposição para desempenhar suas funções é a atendente, agora quem não consegue atender as expectativas do cliente é a empresa. Mais uma vez é retratado que a atendente não se sente parte do processo.

Categoria quatro: Organização do serviço

O atendimento ao público sem qualidade enquanto organização do serviço para as atendentes e supervisoras, é a não prestação de um bom serviço, onde o desinteresse pelo que faz, não permite entre outras coisas, o cumprimento de prazos, verificado nas falas:

Nas falas das atendentes e supervisoras nesta categoria, o atendimento ao público sem qualidade ocorre devido a falta de interesse pelo que faz, que condiciona um funcionário mecanizado, que trata o cliente com um procedimento padronizado, não o satisfazendo, mas livra o funcionário do serviço de ter de fazer algo especial.

Categoria cinco: Recepção de problema

Entende-se que o atendimento ao público sem qualidade enquanto recepção de problema para atendentes e supervisoras é a indiferença para com os problemas do cliente, registrado nas falas:

Verifica-se que para os dois grupos pesquisados, atendimento ao público é basicamente lidar com problemas, e atendimento ao público sem qualidade é caracterizado por uma atitude de indiferença aos problemas do usuário, atitude de pouco caso da pessoa responsável pelo contato com o cliente.

5 Considerações finais

Com base no material analisado, referente a identificação do significado de atendimento ao público com qualidade X atendimento ao público sem qualidade para atendentes e supervisoras, compreendido no setor de atendimento ao público da Companhia de Água e Esgotos da Paraíba, faz-nos levantar a seguinte questão: será que as supervisoras são conscientes da necessidade de assumir a responsabilidade pela capacitação das atendentes, estimulando o desenvolvimento de suas potencialidades?

Observou-se que as atendentes e supervisoras exercem funções diferenciadas e o treinamento que lhes é dado não reflete esta realidade, na prática, ambas as categorias recebem o mesmo treinamento. A atendente que se sente especial, é a que terá condições de oferecer um atendimento especial.

Ao longo deste estudo, verificou-se que para as atendentes, o atendimento é igual a recepção de problemas, o que acarreta a introjeção de uma imagem negativa do atendimento, que será percebida pelo cliente. É possível que elas apenas estejam refletindo o tratamento que recebem, ou simplesmente, repetindo o comportamento das supervisoras.

Verificou-se a possibilidade de dificilmente as atendentes receberem as comunicações suficientes para poderem desenvolver um raciocínio mais elaborado do porquê e do como executar uma determinada tarefa, por que o que se espera é um serviço padronizado, que cumpra as normas.

Evidencia-se a importância de esclarecer que ao se referir a padronização do atendimento como pré requisito positivo, trata-se do fornecimento de padrões de desempenho, os quais tem a finalidade de orientar, guiar, mas jamais limitar. Verificou-se, durante a elaboração deste estudo a necessidade de se indagar o que condicionaria, uma atitude passiva por parte das supervisoras, esperando que a empresa, contrate pessoal devidamente capacitado e qualificado e periodicamente promova treinamento.

A responsabilidade recaindo no sujeito oculto, a empresa, como se a supervisora não fosse a empresa. Todos fazem parte do processo. É preciso que haja esta consciência para a obtenção de um atendimento com qualidade.

Referências

ANGELO, C.F. & GIANGRANDE, V. (1993) - *Marketing de relacionamento no varejo: qualidade no atendimento, mix de serviços, Data warehouse, Pesquisa de mercado, Comitês de Clientes, Ombudsman*. São Paulo: Atlas. p. 57-73.

ALBRECHT, K. (1995) - *A única coisa que importa*. São Paulo: Pioneira.

BARDIN, L. (1977) - *L'analyse de Contenu*. Paris: PUF.

BERGAMINI, C.W. *Desenvolvimento de Recursos Humanos: uma estratégia de desenvolvimento organizacional*. São Paulo: Ed. Atlas. p. 125-6.

CAGEPA. Relatório tipo "longa forma". Data base: 31 de dezembro de 2001.

CATÃO, M.F.M. (1994) - *Projeto de vida em construção: na exclusão e inserção/social*. João Pessoa: Ed. Universitária. p. 52.

DESATNICK, R.L. & DETZEL, D.H. (1999) - *Gerenciar bem é manter o cliente*. São Paulo: Pioneira. p. 4-7.

FIGUEIREDO, R.S. & ZAMBOM, A.C.(1998) - A empresa vista como um elo da cadeia de produção e distribuição. *Revista Administração*, nº 33, p. 29-39.

KOTLER, P. (1972) - What consumerism mean for marketers. *Howard Bussiness Review*.

PALADINI, E.P. (1995) - *Gestão da qualidade no processo*: a qualidade na produção de bens e serviços. São Paulo: Ed. Atlas. p. 127.