

Importância da qualidade no atendimento ao público

Importance of quality in providing services to the public

Rodrigo Araújo Pereira

Mestre em Engenharia Elétrica pela Pontifícia
Universidade Católica de Campinas.
São Paulo, SP – Brasil.
rodrigo53@globocom

Resumo

Este artigo focaliza o atendente numa concepção humanística e reforça o conceito da ética profissional. Explorando as áreas das instituições públicas, objetivou-se conhecer o profissional que atua no atendimento, bem como destacar suas dificuldades ao exercer essa função, a fim de mapearem-se as soluções para um atendimento mais qualificado. Destaca especialmente o papel do setor de Recursos Humanos de gerenciar propostas para direcionar aos funcionários estímulos para que desempenhem seu trabalho com mais dedicação. Nesse sentido, discute-se o princípio norteador da eficiência com a finalidade de tornar a convivência entre a empresa pública e a população mais satisfatória.

Palavras-chave: Atendimento. Empresa. Ética. Profissional.

Abstract

This paper focuses on the professional service provider from a humanistic perspective and reinforces the concept of professional ethics. Exploring the area of public institutions, its goal was to get to know the service provider professional as well as to highlight his or her difficulty in fulfilling that role in order to identify solutions for obtaining a higher-quality service. Emphasis is given to the role of human resources departments in managing proposals for providing incentives to employees to perform their duties with more dedication. Accordingly, we discuss the guiding principle of efficiency in order to make the coexistence between public service companies and the public more satisfactory.

Key words: Company. Ethics. Professional. Service.

1 Introdução

O princípio da eficiência é um dos princípios norteadores da administração pública e privada, anexado aos da legalidade, da finalidade, da motivação, da razoabilidade, da proporcionalidade, da moralidade, da ampla defesa do contraditório, da segurança jurídica e do interesse público; foi incluído no ordenamento jurídico brasileiro de forma expressa na Constituição Federal, com promulgação da Emenda Constitucional nº 19 de junho de 1998, alterando o art. 37.

Assim como todo princípio, o da eficiência não possui caráter absoluto, mas irradia seus efeitos. Diante de tais princípios, o que a sociedade espera do Estado é uma maior qualidade e eficiência dos serviços, a fim de tornar a convivência entre a administração pública e a população mais satisfatória, visto que o Estado tem o dever de promover o bem comum.

Sabe-se também que o ser humano é o grande diferencial que se pode ter em cada organização; por esse motivo considera-se importante o fator motivação.

Este é um grande desafio para todos os setores e transparece, sobretudo, no atendimento dos serviços do setor público. Já no privado, a motivação não deve ser negligenciada e o atendimento humanístico deve existir independentemente do ramo de atuação.

Desse modo, os segmentos que respondam aos serviços de saúde devem contemplar maior comprometimento dos profissionais no atendimento sem eliminar os demais segmentos dessa mesma responsabilidade.

O desafio do processo está em equacionar as ações, considerando o ambiente que norteia o indivíduo, valorizando as pessoas ao investir em sua formação e aprimoramento dos conhecimentos individuais, enfatizando o que têm de melhor a oferecer.

Nesse sentido, a satisfação no trabalho é um tema vasto e complexo, que tem sido objeto de investigação permanente por parte dos cientistas comportamentais que estudam as organizações, bem como por aqueles que as administram, tendo em vista que, sem as pessoas, todos os demais recursos tornariam-se inoperantes.

Se os temas motivação e satisfação são fundamentais para a gestão de recursos humanos na iniciativa privada, por que seriam diferentes para a administração pública, que contempla as mesmas características peculiares quanto à valorização das pessoas?

Assim, neste artigo tem-se como objetivo estimular e demonstrar formas de promover satisfação ao atendente, bem como mostrar a importância de realizar um atendimento ao público com qualidade.

Dessa forma, neste estudo, discutem-se tais concepções que englobam a qualidade do trabalho desse profissional, tendo como intuito propor uma reflexão sobre como resgatar a valorização do atendente. Na verdade, todos desempenham tarefas importantes e significativas que fomentam o espírito de equipe, a criatividade, a motivação, a disposição para o trabalho, a pontualidade nos compromissos, além da capacidade de ouvir as pessoas, de definir prioridades, de dizer “não” sem ofender, de cumprir com as promessas, de demonstrar reconhecimento e respeito às diferenças.

Neste trabalho, também se propõe a demonstrar a semelhança entre os setores público e privado quanto ao fato de as empresas valorizarem e investirem nos seus profissionais, tendo em vista o aprimoramento individual e coletivo, propiciando uma gestão inovadora.

Trata-se uma pesquisa de abordagem qualitativa, que tem por base a premissa de que o conhecimento a respeito do ser humano só ocorre a partir da descrição de experiências, tais como

elas acontecem e são vividas pelos seus próprios autores. “Como atividade humana e social a abordagem qualitativa traz consigo, inevitavelmente, a carga de valores, preferências, interesses e princípios que orientam o pesquisador” (DYNIEWICZ, 2007, p. 102).

Neste estudo, recorreu-se à metodologia descritiva, que tem o propósito de observar, descrever e explorar os fatos ou fenômenos.

Os dados foram coletados por meio de uma revisão bibliográfica, sendo esta realizada pela leitura e análise de livros e artigos que tratam do tema.

Para a análise dos dados, utilizaram-se as metodologias qualitativa, “[...] que proporciona campo livre ao rico potencial das percepções e subjetividade dos seres humanos [...]”, e descritiva, “[...] que tem como propósito observar, descrever, explorar, classificar e interpretar aspectos de fatos ou fenômenos [...]” (DYNIEWICZ, 2007, p. 91).

2 Atendimento ao público

O acolhimento como uma ação da atenção e gestão nas empresas beneficia a constituição de um relacionamento que gera confiança e comprometimento tanto dos clientes quanto das equipes que prestam os serviços, vindo a colaborar para a promoção da solidariedade e para a legitimação do sistema público de todos os setores, sobretudo o da saúde, beneficiando as relações com clientes, trabalhadores e gestores da empresa, direcionando o *marketing* pessoal para os setores internos e externos dela.

Essa atitude de solidariedade externa e positividade está alinhada com os princípios, métodos e diretrizes da Política Nacional de Humanização (PNH) e com experiências vivenciadas por usuários e servidores.

2.1 Humanização - conceito

Acolhimento é considerado como uma diretriz da Política Nacional de Humanização, não tendo hora nem lugar para ocorrer. Todos os profissionais ligados ao setor público ou privado devem, por meio do exercício da postura ética, ouvir atentamente o usuário, ou o cliente, na tentativa de melhor auxiliá-lo e fidelizá-lo (NEVES; ROLLO, 2006).

O acolhimento deve ocorrer como uma resposta educada proferida pelo profissional da área a uma pessoa que busca seu serviço ou o da empresa. O atendimento junto ao público deve visar, principalmente, a necessidade do cliente em obter esclarecimentos sobre os produtos, em ter uma simples conversa, em receber argumentos plausíveis e explicação condizente a respeito de suas abordagens levantadas. No caso dos serviços ligados à saúde, o atendimento personalizado requer sensibilidade dos atendentes, que serão os primeiros a acolher o usuário e ouvir o relato dos problemas que estejam causando-lhe algum sofrimento de ordem física ou psíquica. “O acolhimento como ato ou efeito de acolher expressa, em suas várias definições, uma ação de aproximação, ou seja, uma atitude de inclusão” (NEVES; ROLLO, 2006, p. 10).

O acolhimento modifica a concepção de um atendimento técnico e mecânico para a de um que garanta maior proximidade do cliente e abertura para manifestação deste, aproximando a realidade do usuário, provindo de qualquer lugar, a um serviço mais humano em que haja preocupação com seu bem-estar.

Nesse sentido, modifica-se o conceito de acessibilidade, tornando-o mais eficaz, permitindo aos clientes a captação de fatores que vão além da simples orientação. “O acolhimento constitui-se em tecnologia para a reorganização dos serviços, com vistas à garantia de acesso universal, resolutividade e humanização do atendimento.” (FRANCO et al. apud RAMOS; LIMA, 2003, p. 32).



Em suma, um bom acolhimento humaniza o serviço e disponibiliza, para a empresa, uma visão menos hierárquica, expressando por meio das atitudes de seus funcionários o clima de cordialidade e de comprometimento com a empresa. Essa postura traz o entendimento aos clientes de que eles fazem, de forma integral, parte das ações da organização e que suas atitudes desenham-se unicamente para servi-los.

3 Qualidade no atendimento

O cliente pode apresentar-se ao atendente, expondo sintomas e peculiaridades cotidianas manifestadas por fatores orgânicos ou externos, tais como dor, frio, sentimento de solidão devido ao distanciamento de sua família, temor, culpa, ansiedade; manifestações físicas, como nervosismo, sudorese, inquietação e expectativas em face dos resultados e sob a retomada de sua vida (RAMOS; LIMA, 2003, p. 2).

Um atendimento humanizado pode tornar mínimas tais condições e contribuir com a melhora do paciente que, várias vezes, demonstre sintomas de estresse ocasionados pelo dia a dia. Dessa forma, a humanização é um atendimento em que o profissional deve transmitir ao paciente segurança e demonstrar respeito cultural e linguístico a eles.

Malagutti e Bonfim (2008, p. 77) apresentam que a humanização inicia-se com atividades educativas, envolvendo atitudes, como informar, orientar e respeitar diferenças; isso tem demonstrado que não precisa muito para humanizar os serviços.

No âmbito de algumas empresas, são desenvolvidos programas de aperfeiçoamento e capacitação que demonstram os benefícios de uma maior qualidade do atendimento no seu ambiente interno, entre eles o auxílio da diminuição do nível de ansiedade e estresse, acelerando o retorno

às funções normais, o que aumenta a autoestima e desenvolve o interesse do próprio profissional para o êxito de sua atividade (BORK, 2005, p. 11).

Aqui se percebe a necessidade da atuação da rede de apoio, ou seja, de profissionais de diversas áreas que buscam juntos contribuir para que o melhor ambiente interno da empresa realmente se estabeleça.

A organização de grupos com a participação de um psicólogo, pode ser executada em etapas regulares constituídas, em um primeiro momento, de encontros das equipes; e num segundo, de tarefas direcionadas que podem ser complementadas com atividades físicas e de apoio para o resgate da autoestima e replanejamento de suas metas futuras.

Essas tarefas baseiam-se desde a limpeza e organização do ambiente de trabalho, planejamento e ampliação, até a postura em face das adversidades do dia a dia. No trabalho, sentimentos de frustração, perdas, ansiedade, derrota devem ser “trabalhados” por meio de acompanhamento de psicólogos e terapeutas que podem desenvolver atividades e atendimento aos funcionários.

Com o desenvolvimento científico, tecnológico e com a atualização de procedimentos ligados à precisão de constituir um controle, o atendente assumiu cada vez mais encargos administrativos, afastando-se gradativamente do cuidado para com o cliente.

Para Zen e Brutsher (1986, p. 6),

[...] não se pode ficar atrás ou às margens desse processo. É dever de todos acompanhar o desenvolvimento das ciências humanas, científicas, culturais e tecnológicas dos tempos atuais o que vem implicar não só na necessidade da aquisição de novos conhecimentos como também na atualização dos mesmos.

A importância e a responsabilidade do atendente quanto à observação e ao atendimento das necessidades do cliente consistem em funções específicas dentro da empresa para possibilitar ao paciente que é vítima do medo do isolamento social, da exclusão e do enfrentamento das problemáticas da vida, a conquista de um estado de pleno domínio de seus sentimentos e não se entregue à depressão nem encontre no vício um refúgio (ZEN; BRUTSHER, 1986, p. 4).

Ao se reportarem ao conceito de Recursos Humanos – RH, Boog e Boog (2002) referem-se às pessoas que participam das organizações e que nelas desempenham determinados papéis dinamizando os recursos organizacionais. Estabelece que o RH é o setor da empresa, seja esta pública ou privada, que irá trabalhar com as pessoas que prestam serviços à organização, não se restringindo mais apenas à intermediação entre a organização e os empregados.

Atualmente, para que qualquer instituição tenha êxito em suas atividades, a participação e o apoio de seus empregados são fundamentais para a conquista de suas metas. A fim de atingir esse objetivo, o RH, além de desenvolver a mediação para evitar e solucionar os conflitos, atua na organização das equipes; e deve reconhecer as habilidades e valorizar as atitudes que partem da equipe num envolvimento de todos na solução de problemáticas existentes, buscando novas informações e uma melhor divisão do trabalho a executar.

A Gestão de Pessoas é uma área muito sensível à mentalidade que predomina nas organizações, pois ela é contingencial e situacional, de acordo Boog e Boog (2002, p. 15-16), por depender de vários aspectos, como a cultura que existe em cada organização; a estrutura organizacional adotada; as características do contexto ambiental; o tipo de negócio da organização; as tecnologias utilizadas; os processos internos e uma infinidade de outras variáveis importantes.

Segundo Boog e Boog (2002), a Gestão de Pessoas é baseada em três aspectos fundamentais quanto à forma de trabalhar com as pessoas nas organizações, a saber:

- a) Como seres humanos (capacidade de aprendizagem, motivação, atitudes, emoções, valores, inteligência, personalidade, aspirações, conhecimento, relacionamento, percepções e etc.).
- b) Ativadores inteligentes de recursos organizacionais: elementos impulsionadores da organização, capazes de inovar, acrescentar, etc.
- c) Parcerias da organização (capazes de conduzi-la à excelência e ao sucesso).

Para Martins (2010), entre os princípios da organização pode-se citar a presença de pessoas capazes de se comunicar e que estão dispostas a participar e a contribuir em ações conjuntas direcionadas para o atingimento de objetivos comuns. Em cada instituição, empresa ou organização, os indivíduos possuem formas próprias de pensar, agir e sentir, e o setor de RH deve considerar tais aspectos.

As organizações são constituídas de pessoas que formam a base fundamental que determina os objetivos, a conquista de metas e o sucesso da organização. O ideal nessa interação entre a empresa e os funcionários é a busca ao atendimento das propostas de ambos os lados, assim a organização aproveitando a sinergia e o esforço dos seus empregados para atuar em equipe pode obter bom desempenho.

A administração de um setor público está muito mais ligada à gerência, ao planejamento, à organização e ao controle, mas exige mais preparo e dinamismo dos envolvidos para que as metas a serem alcançadas, visando ao bem comum, venham a ter sequência mesmo na troca do administrador público.

Segundo Martins (2010), o comportamento organizacional constitui a compreensão do com-

portamento individual e dos grupos de trabalho, que, por sua vez, investiga a questão relacionada à liderança e poder, as estruturas e os processos de grupo, a aprendizagem, a percepção, as atitudes, os processos de mudança e conflitos e dimensionamentos de trabalho.

De maneira geral, todos esses itens mencionados afetam os indivíduos das equipes nas organizações e podem prejudicar o relacionamento interpessoal, gerando conflitos que necessitam da mediação de terceiros para que essa intercorrência não venha a dificultar o desempenho do trabalho.

4 Comunicação e motivação

Para Ladeira e Oliveira (2002), a comunicação é o intercâmbio de informação e transmissão de significado; é a própria essência de um sistema social ou de uma organização. É uma mensagem que envolve a transmissão de conteúdos emocionais e intelectuais. Isso ocorre tanto por meio de comunicação interna quanto externa.

A comunicação interna é importantíssima no setor público e no privado; facilita a compreensão da corporação e contribui para a implementação da estratégia de ação gerida pelo setor. Quanto à comunicação externa, compreende a escolha e o uso de medidas empregadas para efetivar e avaliar os resultados.

Nesse aspecto, as avaliações devem compor um leque de medidas tanto para motivar a equipe, quando deparar-se com um resultado negativo, quanto recompensá-la pelas conquistas.

Segundo Robins (apud STEFANO; GOMES FILHO; MULERO, 2003, p. 3), a motivação vem a ser o resultado da interação do sujeito com a situação em questão; “[...] é o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de determinada meta.”

Nas diversas organizações e instituições, a gestão de pessoas deve envolver e motivar os funcionários, sendo esta a preocupação prioritária do gestor que deve compor sua equipe de colaboradores de grande potencial para a conquista dos objetivos propostos e também conscientizar a todos sobre as suas responsabilidades para as conquistas de metas coletivas.

Princípio da eficiência é o que impõe à administração pública direta e indireta e a seus agentes a persecução do bem comum, por meio do exercício de suas competências de forma imparcial, neutra, transparente, participativa, eficaz, sem burocracia e sempre em busca da qualidade, rimando pela adoção dos critérios legais e morais necessários para melhor utilização possível dos recursos públicos, de maneira a evitarem-se desperdícios e garantir-se maior rentabilidade social. (MORAES apud VETTORATO, 2003, p. 3).

O princípio de eficiência incumbe a administração, no caso pública, a desenvolver com competência os trabalhos a ela destinados. Assim, esta deve direcionar seus colaboradores à conscientização da necessidade de um trabalho coletivo, participativo, comprometido, em que a soma de competências vem a compor a eficiência do serviço desenvolvido em cada setor. Para isso, a motivação pode ser fundamental para a execução de estratégias que permitam tal êxito.

5 Conclusão

Conclui-se que para que ocorra um trabalho eficiente que vise à participação, fomentando o espírito de equipe e a criatividade, a motivação é primordial e pode vir financeiramente por meio

de um plano de carreira que realmente assista a necessidade da classe estudada.

Motivar corresponde a um trabalho que pode ser realizado pelo RH que contemple o profissional, valorizando suas capacidades por meio de promoções, seleção interna e gratificações de maneira que ele seja estimulado a ter maior esforço e disposição para o trabalho e pontualidade nos compromissos assumidos.

Em suma, de acordo com os dados levantados e a análise da literatura estudada, o atendimento destinado ao público em empresas públicas ou privadas, necessita de constantes reavaliações quanto às pessoas que o realizam para haver maior valorização daqueles que vêm aperfeiçoando-se, buscando conhecimento para desenvolver seu trabalho com eficiência e eficácia.

Por outro lado, somente os estímulos dispostos pela gratificação financeira não são suficientes para que os funcionários desenvolvam com maestria, e em equipe, suas atividades profissionais, sendo necessária a intervenção de setores, como o RH, que, por meio de um trabalho diferenciado, possa direcionar os diferentes departamentos a um melhor entrosamento entre todos.

Referências

BOOG, G.G.; BOOG, M. *Manual de gestão de pessoas e equipes*. São Paulo: Gente, 2002.

BORK, A. M. T. *Enfermagem baseada em evidências*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2005.

DYNIWICZ, A. M. *Metodologia da pesquisa em Saúde para Iniciantes*. São Caetano do Sul: Difusão, 2007. 196 p.

LADEIRA, W. J.; OLIVEIRA, A. R. *Comportamento humano*. Uma análise da importância da Liderança, Motivação e comunicação. Ouro Preto: Universidade Federal de Ouro Preto. 2002. Disponível em: <<http://www.ichs.ufop.br/conifas/anais/OGT/ogt0302.htm>>. Acesso em: 8 set. 2012.

MALAGUTTI, W.; BONFIM, I. M. B. *Enfermagem em centro cirúrgico: atualidades e perspectivas no ambiente cirúrgico*. São Paulo: Martinari, 2008.

MARTINS, P. *Gestão de pessoas*. Araras: Pro escola Unar – Virtual, 2010.

NEVES, C. E. A. B.; ROLLO, A. *Acolhimento nas práticas de produção de Saúde*. Brasília, DF: MS, 2006 (Cartilha- Textos Básicos em Saúde).

RAMOS, D. D.; LIMA, M. A. D. S. *Acesso e acolhimento aos usuários em uma unidade de saúde de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil*. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 27-34, fev. 2003.

STEFANO, S. R.; GOMES FILHO, A. C.; MULERO, K. R. Motivação: um estudo comparativo entre fatores monetários e não monetários. In: SEMINÁRIOS DE ADMINISTRAÇÃO – SEMEAD. Trabalho Científico Recursos Humanos. 7., 2003, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Faculdade de Administração da Universidade de São Paulo, 2003. p. 1-12.

VETTORATO, Gustavo. *O conceito jurídico do princípio da eficiência da Administração Pública*. Diferenças com os princípios do bom administrador, razoabilidade e moralidade. Jus Navigandi, Teresina, ano 8, n. 176, 29 dez. 2003. Disponível em: <<http://jus.uol.com.br/revista/texto/4369>>. Acesso em: 8 set 2012.

ZEN, O. P.; BRUTSHER, S. M. *Humanização: enfermeira de centro cirúrgico e o paciente de cirurgia*. São Paulo, Rev. Enfoque, v. 14, n. 1, p. 4-6, 1986.

Recebido em 21 set. 2012 / aprovado em 28 nov. 2012

Para referenciar este texto

PEREIRA, R. A. Importância da qualidade no atendimento ao público. *Exacta*, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 349-355, 2012.

