

# **IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE QUALIDADE E ATENDIMENTO-TENDÊNCIAS ATUAIS E PERSPECTIVAS**

## **IMPORTANCE OF QUALITY MANAGEMENT AND ATTENTION-ATUAIS AND PERSPECTIVE TRENDS**

**Hilbert Vasconcelos Evangelista**

Mestre economia pela UFPE

Professor Titular da Universidade Brasil e da IESME-Maranguape-CE

projetosilbert@hotmail.com

### **RESUMO**

A presente investigação tem por objetivo analisar a prática gerencial em qualidade nas empresas apoiando-se centralmente na abordagem de análise das organizações, busca compreender as dimensões de atendimento e Gestão e tais práticas, tendo como principal fonte as narrativas de seus teóricos. Do ponto de vista metodológico, o estudo focalizou a gestão hospitalar tanto como um mundo social, como também, expressão dos processos presentes nas organizações e que atravessam o relato dos autores. A partir deste quadro, a investigação aprofundou a análise das práticas gerenciais e de qualidade dos revelando que se vislumbra o desenvolvimento de um processo de transformação ganhando destaque os elementos que contribuem para a construção de uma visão de futuro empresarial favorecendo os processos de ligação na organização. Uma outra característica de prática é marcada por gestão estratégica que ganha destaque e é objeto de investimento da gestão. Esta pesquisa inicialmente teve o caráter bibliográfico, conforme as referências um levantamento do marco teórico. A pesquisa bibliográfica possuiu a capacidade de fornecer dados relevantes relacionados com o tema, onde se propôs investigar as questões ligadas à prática do gestor em qualidade e atendimento.

Palavras-Chaves: Gestão, Qualidade. Atendimento

### **ABSTRACT**

The present inquiry has for objective to centrally analyze practical the managerial one in quality in the companies Supporting itself in the boarding of analysis of the organizations, searches to understand the dimensions of attendance and Management and such practical, having as main source the narratives of its theoreticians. Of the metodológico point of view, the study it focused the hospital management in such a way as a social world, as well as, expression of the processes gifts in the organizations and that they cross the story of the authors From this picture, the practical inquiry deepened the analysis of the managerial ones and of quality of disclosing that it is glimpsed the development of a transformation process earning it has detached the elements that contribute for the construction of a vision of enterprise future favoring the processes of linking in the organization. One another

characteristic of practical is marked by strategical management that gains prominence and is object of investment of the management. This research initially had the bibliographical character, according to the references a survey of the theoretical framework. The bibliographic research had the capacity to provide relevant data related to the subject, where it was proposed to investigate the issues related to the manager's practice in quality and service

Keywords: Management, Quality. Attendance

## INTRODUÇÃO

O mundo atual sofre transformações e as pessoas necessitam incorporá-las ao cotidiano. O gestor necessita acompanhar à velocidade com que acontecem as mudanças e uma das ferramentas mais usadas deve ser a capacidade de aceitar os indivíduos como gestão da diversidade, para proporcionar a auto realização das pessoas.

O conceito de gestão de qualidade cresceu nos últimos anos, pois constitui tarefas que procuram garantir o seu uso eficiente dos recursos disponibilizados para atingir os objetivos que se buscam tomando decisões eficientes que irão contribuir para um funcionamento e a satisfação da empresa. Indaga-se a prática de gestão no aspecto pessoal investiga realmente as relações interpessoais que abrange os aspectos funcionais com foco na diversidade para a formação no âmbito pessoal.?

O objetivo geral desse estudo é evidenciar a importância da qualidade no atendimento em gestão como diferencial competitivo, e especificar os termos qualidade como forma de facilitar o entendimento desta á luz dos teóricos. A contribuição desta pesquisa é mostrar a qualidade e um bom atendimento que são administrados por um conjunto de práticas com foco na gestão de pessoas sendo uma pessoa responsável pela realização dos objetivos da e controle, onde necessita desenvolver estratégias, e decidir sobre a política mais adequada da organização. A importância deste estudo é demonstrar que o setor de gestão é muito importante no suporte as pessoas dentro da empresa. Atualmente verifica-se um cenário rico em que os funcionários são chamados na função de gestão de qualidade, atendimento e deve valorizar os profissionais com dignidade.

Esta pesquisa inicialmente teve o caráter bibliográfico, conforme as referências um levantamento do marco teórico. A pesquisa bibliográfica possuiu a capacidade de fornecer dados relevantes relacionados com o tema, onde se propôs investigar as questões ligadas à

prática do gestor em qualidade e atendimento. O presente artigo está dividido em 2 partes, compostas por introdução, metodologia, discussões com embasamentos teóricos acerca da gestão de qualidade, considerações finais e referências.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 DEFININDO QUALIDADE, ATENDIMENTO E CLIENTE.

O momento crucial para tentar conquistar o cliente é durante sua alta, onde a rapidez e o detalhamento das informações amenizarem possíveis falhas durante o período em que as pessoas permanecem na instituição. Em verdade, permite-se que se tenha um conhecimento, podendo-se avaliar aquele atendimento e se tomar providências rápidas para modificar uma possível situação(problemática) servindo também de alerta para a gestão de qualidade e atendimento do cliente. De fato, por iniciar um tratamento digno de qualidade as pessoas e servir de elo de contato entre os profissionais e as instituições, a gestão de qualidade sempre é avaliada e tem papel decisivo quanto a informação da imagem da instituição.

A qualidade e gestão no atendimento é que determina e determinará cada vez mais o crescimento das empresas nos próximos anos e se tornou essencial visto que cada vez mais empresas disputam pela preferência de um mesmo cliente com qualidade. Falconi (1992 p. 2) “um produto ou serviço de qualidade é aquele que atende perfeitamente, de forma confiável, de forma acessível, de forma segura e no tempo certo às necessidades do cliente”.

Importante, pois desenvolver um atendimento e gestão pessoal de alta qualidade, atendendo a todos os quesitos citados acima, não é simples assim, porém deixou de ser fundamental e passou a ser dever e obrigação que desejam continuar atuando no mercado.

De acordo com Pilares (1993, p. 73):

*“Atendimento está diretamente ligado aos negócios que uma organização pode ou não realizar, de acordo com suas normas e regras, enquanto tratamento diz respeito à maneira como o funcionário se dirige ao cliente, orientando-o e conquistando sua simpatia.”*

A gestão de qualidade deve dar aos clientes todas as informações solicitadas e necessárias para que estejam a par de todos os procedimentos a serem realizados. Além de

alertá-las sob possíveis ocorrências no decorrer do tratamento, o que poderá ser modificado e o que tal modificação implicará ao cliente.

O profissional de qualidade deve acolher bem os clientes sem e tratando de gestão pois ali está se iniciando o atendimento e qualidade que poderá ser longo e complicado, porém deve-se repassar segurança, além de facilitar a gestão pessoal seja em que local for. São pequenos gestos, que fazem a diferença diante de tantos concorrentes sendo preciso, valorizar os pequenos detalhes, e podem se tornar o ponto forte na gestão de qualidade.

É esse um dos motivos que levam muitas empresas/órgão e outros a perderem oportunidades, esses clientes com certeza só retornarão ao estabelecimento em última instância, ou por melhores preços ou falta de conhecimento. Com a competitividade crescente, o poder saiu das mãos dos empresários e poder aquisitivo maior e transferiu-se as mãos dos clientes e a gestão com qualidade tende a ser uma ferramenta diferenciada.

*“De certa forma, o atendimento é a única maneira de garantir a sobrevivência de uma empresa. São as bem-sucedidas as empresas que mais prezam por um bom relacionamento com seus clientes. E o segredo é simplesmente desenvolver habilidades para atender bem (MARTINS, 2008).*

Pesquisas mostram que os clientes consideram a qualidade no atendimento mais importante que o preço, portanto estão dispostos a pagar mais por serviços de qualidade. Para tanto é preciso que a empresa tenha seriedade para alcançar esse atendimento, sempre tendo como foco principal o cliente e a qualidade.

Com o atendimento de qualidade ambos os lados, cliente e gestão, em especial, só têm a ter bons ganhos do cliente que por sua vez repercutirá em mais negócios e conseqüentemente respaldo no setor humano. O momento crucial para tentar conquistar o cliente é durante sua alta, onde a rapidez e o detalhamento das informações amenizarem possíveis falhas durante o período em que o paciente permanecem na instituição.

*“Mas no enfoque da Qualidade Total esta situação muda radicalmente: os seres humanos não são robôs, e o fato de que os operários, via de regra, tenham pouca instrução formal não impede que eles tenham a capacidade de pensar, analisar, raciocinar, perceber. Por outro lado, o "pensar" acontece a diferentes níveis, dos mais abstratos aos mais concretos. A alta administração domina, sem dúvida, a arte do pensamento abstrato,*

*imprescindível, por exemplo, em termos de planejamento estratégico, mas o operariado é altamente eficiente na arte do pensamento concreto, imprescindível ao nível operacional. Portanto, é fundamental articular os dois níveis do "saber", sobretudo lembrando que um objetivo fundamental é delegar a Rotina, uma vez difundida e implantada, aos próprios operadores, visando liberar os recursos técnicos e gerenciais para a fase de Melhorias (na qual o papel dos operários também é relevante, pois são eles que fazem o trabalho)."*

Em verdade, permite-se que se tenha um feed back, podendo-se avaliar aquele atendimento e se tomar providências rápidas para modificar uma possível situação (problemática) servindo também de alerta para o atendimento e gestão de qualidade do próximo cliente. Assim por iniciar e finalizar os negócios aos clientes e servir de elo de contato a gestão de qualidade sempre é avaliada e tem papel decisivo quanto a informação da imagem da instituição.

A gestão de qualidade deve dar as pessoas todas as informações solicitadas e necessárias para que eles estejam a par de todos os procedimentos a serem realizados. Além de alertá-las sob possíveis ocorrências no decorrer dos negócios, o que poderá ser modificado e o que tal modificação implicará as pessoas (clientes). Assim posto, o profissional da gestão de qualidade deve acolher bem o cliente, pois ali está se iniciando o atendimento ao qual será realizado deve-se repassar tranquilidade, além de facilitar a próxima fase dos negócios a serem realizados.

A gestão de qualidade no setor busca criar um espaço atraente, isto é, o espaço por intermédio de elementos materiais e sistemas para atender a um conjunto de necessidades de negócios específicas. Agregar a este espaço os equipamentos adequados e o trabalho cria o ambiente do cliente. Portanto a gestão de qualidade tem a função de contribuir o aprimoramento do sistema de qualidade e atendimento que deve ser o resultado de matéria e valores.

*“Existem vários motivos para que uma empresa decida implementar um sistema eficiente de Gestão da Qualidade sendo o principal o aumento dos lucros que ele pode trazer. Simultaneamente consegue uma maior fidelidade de clientes e um mercado mais estável. Os clientes não mudam de fornecedor quando estão satisfeitos com o produto ou serviço que lhes é fornecido. A produtividade aumenta se existirem menos*

*desperdícios e os processos forem otimizados, logo a Qualidade é fundamental” (Delgado, 1996.p.2)*

A gestão de qualidade ao cuidar de seu cliente também se preocupa com o ambiente que o cerca, pois sabe que pode interferir no processo de recuperação do cliente. Entretanto, o seu foco é direcionado para proporcionar um ambiente seguro enquanto executa as ações inerentes ao cuidado dos negócios de gestão o que nem sempre significa buscar proporcionar um ambiente agradável. Este é o foco do atendimento em qualidade cujo objetivo é ajudar a criar condições ambientais que facilitem o processo aos clientes.

A gestão de qualidade pode ser vista como uma filosofia de atendimento ao cliente que busca proporcionar condições que envolvem uma variada gama de atividades inerentes ao ser humano. Essas atividades abrangem não somente os aspectos comerciais ligadas ao setor, mas também o setor de acomodação do próprio negócio. Além disso, a infraestrutura pode ser considerada como participantes, pois, quando há facilidade de acesso ao negócio em questão há a preocupação direcionando o cliente, percebe-se uma demonstração da preocupação com o atendimento

*“Na nossa vivência diária, e sobretudo nas duas últimas décadas, o termo Qualidade é cada vez mais frequente no nosso vocabulário: fala-se hoje muito em Qualidade de um Produto, Qualidade de um Serviço, Qualidade de Ensino, Qualidade de Vida, etc. Com o aparecimento em todos os domínios de produtos cada vez com melhor qualidade, as pessoas adquiriram uma nova cultura e tornaram-se mais exigentes e sensíveis para pormenores anteriormente descurados. O conceito de Qualidade esteve inicialmente associado ao produto em si, tendo-se tornado cada vez mais abrangente à medida que se generalizou o fornecimento de serviços e houve um aumento de capacidade da oferta (e conseqüentemente da concorrência) por parte de praticamente todas as indústrias. A Qualidade, no sentido que pretendemos dar-lhe nesta comunicação, poderemos defini-la como uma forma de estar, de conviver e de actuar, no sentido de haver uma procura permanente de obtenção de melhores resultados a partir de um melhor desempenho de cada elemento interveniente no processo”(Delgado, 1996.p.1).*

Na verdade, procura-se refletir sobre as possibilidades de atendimento na gestão de qualidade que a empresa pode oferecer aos seus clientes proporcionando ambiente como um diferencial competitivo agregando valor aos cuidados da organização. O ambiente do cuidado pode estar na empresa, é necessário pensar um macroambiente o próprio mundo e em

microambiente um pedaço do todo que pode ser a empresa em especial Na visão de Mello Cordeiro (2004. P.23)

*“Os itens de controle dos mais diversos departamentos e unidades gerenciais básicas, definidos no contexto do gerenciamento da rotina, são acrescidos de novos itens de controle e/ou novas metas, agora relacionados não mais com a satisfação das necessidades imediatas dos clientes, e sim com a satisfação de suas necessidades futuras, de acordo com a estratégia da empresa. Portanto, devido à velocidade das mudanças no ambiente competitivo atual e à complexidade de produtos e processos”*

De fato, é fundamental, tanto para o cliente como para o profissional da gestão de qualidade observarem o todo ao seu redor e a si mesmos com o intuito de poderem contribuir para a criação de um ambiente adequado aos negócios. É importante ressaltar que muitas vezes pelas dificuldades em conseguir um atendimento nas empresas pública ou privada quando alcança esse objetivo sente-se como se estivesse recebendo um favor, e não exige um atendimento com a dignidade. Cada empresa como qualquer organização precisa ser competitivo e para isso é indispensável oferecer ao cliente um diferencial que o atraia. Para criar é tornar esse ambiente atraente, e com qualidade e torna-se necessário investigar aos hábitos e estilos do cliente.

Para Xavier (1994), as condições de atendimento oferecidas pela empresa precisam ser compatíveis com expectativas do mesmo. Buscar informações sobre local e outros que costuma fazer, permitem um diagnóstico de suas necessidades em que trata a gestão com qualidade. É claro que o cliente não vai ser internado por prazer, vai porque tem algum problema, mas é nessa situação que necessita de atenção especiais e também de um ambiente especial. No tocante a assistência nas empresas, o cliente é um ser único, que está num momento de vulnerabilidade nos negócios, pois o seu bem maior, a vida ou seja, pode está ameaçada. Esse cliente requer uma assistência com qualidade e gestão.

É importante garantir a palavra a sua dignidade ética como o homem é um ser dotado de linguagem na gestão de qualidade, ou seja, o outro deve reconhecer o seu significado. No ambiente da área de negócios precisa ser reconhecido de forma profissional, pois somente assim o cliente percebe que todos na empresa tem um objetivo comum: atende-lo e , sempre que possível encanta-lo. Para isto, é necessário que o atendimento oferecida seja

incondicional, isto é, seja compreendida como um conjunto de valores, s e ações que dizem respeito a gestão de qualidade

Esta preocupação com a assistência e atendimento envolve diferentes aspectos, que se referem não somente ao cuidado na gestão de qualidade da empresa, mas também com o proporcionar um ambiente que contribua para que o cliente se sinta seguro.

Delgado (1996), referindo-se ao atendimento comenta que essa atividade em gestão deve ter várias facetas, apresentando-se como um serviço, que é intangível. Também se refere as pessoas, a segurança nos negócios ao conforto físico do indivíduo nas empresas

O cliente interage com os profissionais que o atendem, havendo uma troca de bens e serviços com qualidades entre eles. Buscando fazer uma transposição dessas idéias para o ambiente de negócios, pode-se perceber que há semelhança entre o que foi descrito e a empresa. Neste contexto sociocultural da empresa é importante considerar os vários serviços prestados pela gestão com qualidade por intermédio de interações com os outros serviços existentes na organização. O negócio na gestão de qualidade envolve a preocupação com as preferências do cliente e com responsabilidade do atendimento interna e externa.

*“A gestão da qualidade é total, com base no que foi apresentado, por dois principais motivos: primeiro porque não devem existir lacunas, ou seja, o cliente-alvo da empresa deve ser totalmente satisfeito, e segundo porque todos os departamentos e funcionários da empresa devem trabalhar de forma integrada no sentido de preencher essas lacunas ao longo do tempo” (Cordeiro, 2004. P.23)*

Na verdade, a gestão de qualidade tem um importante papel, acolhendo o cliente de forma direta e consciente e que transmita percepção, que ele seja bem-vindo e que a preocupação de todos os profissionais da empresa é contribuir para o desenvolvimento dos negócios. A presença do pessoal nos negócios agrega valor a essa percepção do cliente de que está entrando em um ambiente com qualidade em se tratando de gestão e precisa oferecer condições nas empresas. Outros serviços prestados ao cliente dentro da empresa, contribuem também para um tratamento com qualidade prestada ao cliente, sendo considerados fatores de gestão de qualidade

*“A organização que implementar com sucesso o gerenciamento da rotina em todos os seus departamentos de forma integrada terá*

*macroprocessos capazes de atender às necessidades imediatas de seus clientes internos e externos, tornando-se bastante competitiva. Entretanto, para que se mantenha competitiva no longo prazo, os diversos itens de controle e suas metas precisam estar alinhados com a estratégia empresarial (Mello Cordeiro, 2004. P.22)”*

As transformações que ocorrem no mundo atual exigem dos gestores em qualidade cada vez maior no tocante ao desempenho na empresa. Acreditando nesta ação de valores agregados à formação de cada cliente o sistema de avaliação estimula o resgate de atenção, que pode ser adicionado a qualquer tarefa feita pelo gerente na organização.

*Em várias empresas o pessoal “da qualidade” tem se responsabilizado por escrever procedimentos, registrando e formalizando o que é feito pela produção. Como resultado, marchas de corrida, por exemplo, não são escritas e controladas pela aciaria. A vantagem aparente decorrente da rapidez deste enfoque esconde sua ineficiência. Se o engenheiro de processo e o operador não reconhecem a importância de atuar para desenvolver e registrar seus procedimentos de trabalho, é quase certo que introduzirão mudanças e “melhorias” sem atualizar os procedimentos. O resultado destas ações é o descontrole informal do processo, uma das causas mais comuns de problemas e, ao mesmo tempo, de difícil diagnóstico e solução (Costa e Silva, 2000. P.14)*

Pode também contribuir para melhorar a qualidade de vida dos clientes e tornar as empresas um lugar mais humano, sendo que o atendimento as pessoas que buscam negócios na atualidade uma ferramenta de gestão essencial.

*Os sistemas de gestão da qualidade, que eram denominados de sistemas de garantia da qualidade, costumavam ser imensos, com centenas de documentos e formulários para tudo, incluindo, servir café. A ordem era escrever o que você faz e fazer o que você escreve e, pecar por excesso, era o critério aceitável para o tamanho do trabalho a ser feito. Tudo devia ser etiquetado e marcado para que qualquer um pudesse identificar. O temor de não passar numa auditoria superava o temor de perder um cliente. As pessoas eram treinadas para receber o auditor e a preocupação com a qualidade chegava a ser secundária (Oribe, 2009. P.2)*

O debate aqui focado detém-se ao estudo e análise do setor de gestão de qualidade pois enfoca o serviço com atendimento diferenciado. O estudo do setor tem como característica a dificuldade de análise de produtividade que se dá devido à necessidade de atender distintas modalidades de clientes.

A prestação de serviço na gestão de qualidade se define então, pela mudança das condições de um cliente e o problema em definir o que seria uma prestação de serviço ótima para o cliente, torna a produtividade ainda mais difícil de ser analisada, pois que não se pode chegar a uma fórmula exata de atendimento de excelência ao cliente. Essa dificuldade existe pela falta de dificuldade de inserir esses parâmetros num contexto maior.

*Hoje, quando falamos em qualidade, não devemos considerar apenas o controle da qualidade física do produto – ou a inspeção do produto final – e sim, na qualidade dos produtos e serviços colocados à nossa disposição, visando assegurar que as necessidades dos clientes – internos e externos – sejam entendidas e satisfeitas. Sendo assim, colocar a qualidade pessoal em primeiro plano com suas respectivas filosofias, seus métodos e suas ferramentas representa uma revolução no campo do desenvolvimento da qualidade, porque não se trata apenas de uma questão de produzir bens de qualidade – e, dessa forma, satisfazer necessidades do cliente –, mas principalmente de inspirar as pessoas que produzem bens que os façam o melhor possível. (S. Santos, 2010.p.2)*

Para entender melhor a aplicação de qualidade no setor, nos concentraremos no setor de gestão. Na verdade, quando se aborda estas questões, falam-se principalmente em transposição de barreiras fundamentais em apenas se prestar às necessidades empresárias, serviços com qualidade. Quando se fala em atendimento do cliente na área de organização refere-se a uma visão completa do processo de funcionamento de gestão, onde toda sua estrutura passa pela implantação de iniciativas que levam a reconhecer um estado em que a organização se encontra a vivenciar a partir de ajustes e fala-se também da busca do equilíbrio entre a tecnologia e o trabalho dos empregados que fazem a empresa.

A busca da satisfação dos clientes nas empresas deve considerar a essência das pessoas. Portanto este trabalho irá avaliar como o serviço do atendimento em gestão de qualidade nas instituições e pode utilizar conceitos dos serviços como manutenção no atendimento personalizado e diferenciado aos clientes. As práticas dos serviços em empresas quando bem aplicados contribuem para a satisfação resultando em uma avaliação positiva do atendimento prestado ao cliente em se tratando de gestão de qualidade.

No entanto, o aprendizado requer tanto conhecimento do profissional como a preparação avançada do sistema de gestão de qualidade, onde são mais eficientes a atender as

preferências de seus clientes onde podem determinar o modo de aprendizado predominante dentro da empresa. Para Novamente Costa e Silva (2000.p.15)

*“Uma das constatações básicas de qualquer esforço para o aumento da eficiência ou melhoria da qualidade é que as pessoas envolvidas no processo são os principais agentes capazes de produzir estas mudanças. Pessoas dedicadas e comprometidas com os objetivos da organização são parte essencial do esforço para melhoria da qualidade e eficiência.”*

A qualidade e de gestão surge a partir do momento que ocorre uma atenção diferenciada por parte dos profissionais respeitando a subjetividade e autonomia das clientes. Surte efeitos também quando ocorre a melhoria dos recursos humanos e materiais como equipamentos novos, melhores remunerações e capacitações aos profissionais.

### 2.3 O ATENDIMENTO E A SATISFAÇÃO DO CLIENTE COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO.

Para a empresa conhecer seu cliente, seja ele interno ou externo, deve-se analisar a personalidade e as particularidades de cada cliente, assim como o meio em que estão inseridos, pois é a partir desse estudo que se observam mais facilmente as oportunidades de melhoria. Só quando se entender a forma como o cliente quer ser tratado, é que se conseguirá uma compra, uma recompra, um volte sempre e um recomende.

Um cliente bem tratado volta sempre e cabe ao atendente (cliente interno) esse bom tratamento, pois nem sempre há uma segunda chance e como se sabe a primeira impressão é a que fica; por isso é preciso levar em consideração a satisfação do cliente e não apenas o negócio, pois as pessoas compram mais de vendedores que atendem melhor

A satisfação aliada ao bom atendimento é o aspecto que faz o cliente retornar, por isso, a satisfação do cliente tem que ser o motivo maior, pois estes quando satisfeitos são mais do que simples consumidores ou clientes, mas, parceiros comerciais e advogados que defendem a empresa e fazem propaganda para amigos e familiares (KOTLER, 1998).

Clientes satisfeitos garantem o bom andamento da empresa no mercado, visto que eles além de tornarem-se fiéis, também divulgam a imagem positivamente da empresa. Em

momento algum se deve contestar sua opinião, pois como já foi dito anteriormente ele tem o poder nas mãos e toda a razão, mesmo que muitas vezes discorde é preferível calar-se, e somente ouvir, é preciso dar soluções para seus problemas a tempo e aceitar ou pelo menos analisar suas reivindicações, ao invés de simplesmente ignorá-las. É preciso para tanto que o atendente tenha conhecimento e calma para agir, caso contrário poderá causar grandes estragos a organização. De uma forma geral, segundo Whiteley (1992, p.79): o bom treinamento é essencial na transformação de uma companhia de modo a servir o cliente. O bom treinamento permite as pessoas adotarem e sustentarem o tipo adequado de conduta no trabalho.

Clientes satisfeitos é a melhor propaganda para sua empresa, é sua missão enquanto vendedor desenvolver essa satisfação tão desejada, transformando-os dessa forma em seus melhores e maiores vendedores.

É o que define Kotler (1998, p. 53):

Satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa.

Atender ao cliente é dever de sua empresa, torná-lo satisfeito é um valor, um poder que se tem nas mãos. Defende Whiteley (1992, p. 21): “conheça os seus clientes como sua própria família, satisfaça-os completamente, e você alcançará o sucesso (...) se uma ação não está indo de encontro à necessidade do cliente, simplesmente a elimine”.

Já se sabe que encantar o cliente é fator de grande importância para o sucesso e sobrevivência de qualquer organização, mas não se pode esquecer que a equipe interna, os chamados clientes internos também são essenciais e indispensáveis para que ocorra esse sucesso, como já foi visto eles são os grandes responsáveis pela satisfação do cliente externo e cabe ao mesmo desenvolver esse tão falado encantamento.

Conforme destaca Ferreira (2007):

*“Na maioria das vezes os olhares ficam voltados exclusivamente para o atendimento externo e isso faz com que os investidores permaneçam com a visão ofuscada, focando apenas nos sintomas: desânimo, queda no ritmo e no nível de qualidade em que os atendimentos acontecem.*

*Assim, permanecem impedidos de enxergar uma das causas dessa condição; um fator determinante que muitas vezes fica esquecido: o Atendimento Interno.”*

Sem eles é impossível garantir um bom atendimento de qualquer organização, se a equipe interna não está funcionando bem conseqüentemente tudo ao seu redor também não funcionará bem, pois a satisfação do cliente externo depende da satisfação do cliente interno.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o término desse estudo é possível afirmar que a qualidade no atendimento é um grande diferencial competitivo, para empresas que buscam o sucesso. Atender aos desejos e necessidades dos clientes é conseguir lucratividade para a empresa.

Porém essas necessidades mudam constantemente e a empresa deve evoluir nessa mesma velocidade, rever os pontos fortes e fracos sempre é importante. A qualificação profissional dos empregados que lidam diretamente com os clientes é um ponto essencial e merece a devida atenção, pois essa qualificação faz a diferença entre as empresas que priorizam a qualidade no atendimento e os auxilia a desenvolver esse atendimento de qualidade.

Conforme indagação inicial são pequenas mudanças, pequenos gestos que fazem a diferença no mercado globalizado, não se deve jamais esquecer que o cliente é determina o sucesso ou fracasso da empresa. Portanto é necessário que se reflita e faça avaliações constantemente se seu atendimento, avaliar a satisfação de seus clientes.

E respondendo ao objetivo inicial somente produzir e ofertar já não basta, os tempos mudaram, todos fazem isso, é preciso antes buscar conhecer as necessidades dos clientes, como forma de satisfazê-los, de diferenciar-se. É preciso lembrar sempre que o cliente é a principal divulgação de sua empresa, transformá-los em vendedores de seus produtos e serviços gera confiança nos clientes futuros, sem falar que não é preciso pagar salários e comissões.

Portanto , em ultimas analises é possível concluir que o atendimento é uma forte arma de lucratividade para as empresas, e se sairão bem aquelas que souberem usá-la em seu favor, não desperdiçando oportunidades, não decepcionando o cliente, e sim exercendo o dever diário de encantá-lo, de mantê-lo satisfeito, pois como foi visto ele é a razão de existir da

empresa, não faz sentido e não existe empresa sem clientes, eles determinam o sucesso ou insucesso da mesma, garantir a satisfação do cliente, parte antes de conhecer seus desejos e necessidades, criar relacionamentos, descobrir o que os satisfazem.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

CHIAVENATO, I. Gerenciando Pessoas: O passo decisivo para a administração participativa. SAo Paulo: Makron Books, 1992.

CHIAVENATO, Introdução teoria geral da administração. São Paulo: Makron Books, 1993.

CUNHA, JOÃO CARLOS. Modelos de Gestão da Qualidade I. SENAI: Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2001.

CAMPOS, Vicente Falconi. *TQC: Controle da Qualidade Total* (no estilo japonês). Belo horizonte, MG: Fundação Christiano Ottoni, Escola de Engenharia da UFMG, 1992.

DEMING, W. E. - Qualidade: A Revolução da Administração. Editora Marque Saraiva, Rio de Janeiro, 1990.

FALCONI, Vicente. Controle de qualidade total: no estilo japonos. Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1992

Martins Débora Atendimento: a única maneira de garantir a sobrevivência das empresas,são Paulo, 2008

SHIBA, Shoji, et Alli. *TQM: Quatro revoluções na gestão da qualidade*. Ed. Bookman, Editora Artes Médicas Sul Ltda, Porto Alegre, 1997.

ROTH, ANA LUCIA. Dissertação: Métodos e Ferramentas de Qualidade. FACCAT, Taquará, 2004.

TOMELIN, CLEOMAR ALFEU. Modelos de Gestão da Qualidade 2 (slides). SENAI: Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2004.