



QUALIDADE DO ATENDIMENTO DOS COMERCIANTES DO SHOPPING EDSON DINIZ

Andre Luis de Sousa Silva¹, Francisco Kegenaldo Alves de Sousa², Josenildo Brito de Oliveira^{2,3}
josenildo.brito@ufcg.edu.br e kegalves@gmail.com

Resumo

A qualidade no atendimento é um aspecto relevante nas transações entre clientes e vendedores. A qualidade nos serviços ou a sua falta, podem impactar negativamente na sustentabilidade dos negócios da empresa, como perda de clientes, entre outras. O objetivo do projeto foi capacitar os comerciantes varejistas do Shopping Edson Diniz em fundamentos da qualidade no atendimento de clientes. O curso produziu 12 módulos didáticos de videoaulas, que foram disponibilizadas aos associados. Contudo, devido ao fortuito de um recadastramento dos membros, não foi possível ministrar presencialmente o curso.

Palavras-chaves: *Qualidade no atendimento; Comércio; Microempreendedores; Capacitação.*

1. Introdução

Um atendimento qualificado focará no encantamento do cliente, visando agregar valor ao serviço e criar uma excelência no negócio, suficientes para atender/superar as expectativas antes, durante e após as compras. Atender um cliente com qualidade é preencher suas necessidades e desejos, cujas ações devem transformar a realidade de quem vende e de quem compra.

Um dos pilares da gestão da qualidade em serviços é a capacitação, que objetiva a formação e a aplicação de conhecimento útil para melhorar o desempenho atinente ao atendimento dos clientes. O escopo do projeto abarca as necessidades de conhecimento dos comerciantes que atuam no Shopping Edson Diniz, localizado na cidade de Campina Grande. A ideia é compartilhar o conhecimento produzido na UFCG com essa comunidade, de forma a educar, capacitar e treinar os microempreendedores para executar uma melhor gestão da qualidade, notadamente aos clientes que frequentam esse cluster comercial.

Em contato com a administração do Shopping Edson Diniz, foram apontadas oportunidades para qualificar os membros dessa associação comercial, o que contribuiria para o empreendedor lidar melhor com seus clientes e as suas demandas.

Diante do exposto, os fundamentos desse projeto se alinham à oferta de educação qualificada e à formação dos empreendedores, contribuindo para alcance dos ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (Agenda 2030), em particular, no trabalho decente e crescimento econômico.

As ações se destinam a incentivar o fortalecimento e o crescimento dos micros e pequenos comerciantes que ali estão instalados, afinal, um atendimento empático e humanizado pode garantir maiores retornos financeiros e alavancar a fidelização daqueles que compram. Portanto, o objetivo geral do projeto é capacitar micros e pequenos comerciantes varejistas em fundamentos da qualidade no atendimento de clientes.

A Associação dos Comerciantes do Shopping Edson Diniz, comunidade alvo do projeto, foi fundada em 2003 e administra próximo de 330 lojas e 250 empreendedores, que vendem vários produtos, tais como eletroeletrônicos, calçados óculos, confecções, relógios, etc.

2. Metodologia

A ideia seria captar em torno de 40 empreendedores para participar das ações extensionistas. No tocante aos procedimentos metodológicos, as seguintes fases fizeram parte do projeto:

- **Alinhamento conceitual:** o aluno extensionista foi preparado para direcionar o conhecimento de conceitos necessários à transmissão do conteúdo na forma de curso. Os procedimentos abrangeram os conteúdos lecionados em sala de aula, bem como outros materiais;

- **Identificação das necessidades:** por meio de um levantamento informal junto à administração do cluster, o extensionista levantou lacunas chave para a capacitação e treinamento dos associados;

- **Preparação do curso:** com base nas necessidades de capacitação, o discente preparou os módulos didáticos do curso. O material foi entregue na forma de vídeos e PDF, desenvolvido com apoio do Power Point e software de gravação e edição de vídeos, para fins de repasse do conteúdo;

- **Divulgação do curso e inscrição dos interessados:** nessa fase, o aluno divulgou o curso de capacitação junto aos associados, orientando-os a como fazer as inscrições. Essa etapa foi realizada de modo presencial e por e-mail;

- **Capacitação e treinamento:** o curso seria aplicado aos empreendedores, reunindo-os semanalmente por 02 (duas) horas, para que o aluno repassasse o conhecimento devido aos inscritos. O local da capacitação foi designado pela secretaria da associação, que seria nas instalações do Shopping Edson Diniz.

¹Estudantes de Graduação, UFCG, Campus Campina Grande, PB. Brasil.

²Orientador, Professor 3º Grau, UFCG, Campus Campina Grande, PB. Brasil.

³Orientador/Coordenador, Professor 3º Grau, UFCG, Campus Campina Grande, PB. Brasil.

- **Acompanhamento e avaliação das atividades:** os professores acompanharam e orientaram a execução das atividades extensionistas e realizaram os ajustes para que as ações fossem bem conduzidas.

- **Certificação dos participantes:** Ao final do curso de capacitação, os concluintes receberiam um certificado de participação, assinado pelos docentes e coordenador de Pesquisa e Extensão da UAEP.

A proposta seria ministrar um curso presencial com carga horária de 30 (trinta) horas, diluídas nas semanas e ao longo da vigência do projeto. Contudo, ressalta-se que as atividades de planejamento, preparação, execução, avaliação e fechamento da capacitação permeariam todos os meses do projeto. O discente extensionista e bolsista implementou as atividades mais operacionais, sendo as de alçada dos docentes, a coordenação e a orientação.

3. Resultados e discussões

Sobre os resultados, no mês de julho de 2023 foram realizados 04 (quatro) encontros, entre o coordenador do projeto, o orientador e o aluno extensionista, um em cada semana, com vistas a passar e repassar os conceitos por meio de aulas, materiais didáticos associados ao tema, entre outras orientações, no sentido de se ter alinhamento conceitual devido, para que o discente formasse as bases para capacitar os associados.

O discente, a partir da base conceitual internalizada, levantou, junto à administração do shopping as principais necessidades de capacitação, que focariam em tópicos relacionados com a abordagem e atendimento ao cliente, antes, durante e após o processo de venda do produto pelo o comerciante. Assim, os dados do levantamento geraram insights relevantes para elaborar o material instrucional do curso de capacitação.

Identificadas as lacunas de capacitação, o aluno criou todo o material instrucional no programa Power Point e elaborou 12 (doze) videoaulas para apoiar o processo de transmissão de conteúdo aos membros da associação. O curso foi segmentado em doze módulos, nas modalidades escrita (entregue em PDF) e vídeo, com acesso via link compartilhado. Os seguintes módulos foram elaborados:

- **Módulo 01:** O que é atendimento
- **Módulo 02:** O cliente
- **Módulo 03:** Encantando o cliente
- **Módulo 04:** O serviço
- **Módulo 05:** O produto da venda
- **Módulo 06:** Funil de vendas
- **Módulo 07:** Fidelização
- **Módulo 08:** Dimensões da qualidade
- **Módulo 09:** Abordagem de atendimento
- **Módulo 10:** Pós-venda
- **Módulo 11:** Dicas, erros e regras básicas
- **Módulo 12:** Atendimento virtual

Além desses módulos, foram desenvolvidos mais 02 (dois) outros vídeos, um apresentando o projeto, e o outro divulgando o curso.

Após a preparação do material instrucional, o curso foi divulgado aos associados, nas formas presencial e por e-mail direto.

Na oportunidade, foi criado um grupo no WhatsApp com um link de acesso, para que os associados pudessem entrar e proceder às suas inscrições. As Figuras 1 e 2, na sequência, ilustram o banner de divulgação do curso e a abertura do grupo colaborativo.



Figura 1 – Banner de divulgação do curso

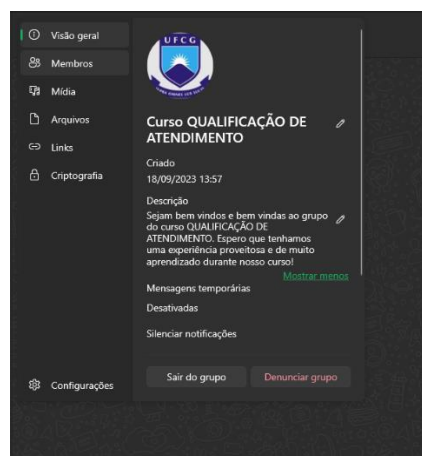


Figura 2 – Grupo de WhatsApp para interação

Para efeito de ilustração, é possível observar, Figura 3, uma tela de um dos módulos, desenvolvida em Power Point e conteúdo gravado em vídeo.



Figura 3 – Exemplo do material didático criado

Foram elaboradas questões para se testar o conhecimento repassado e discutir com os associados temas relevantes sobre cada módulo, naquilo que seria mais importante no comércio dos associados.

Na fase de capacitação, os participantes do projeto, coordenador, orientador e aluno, se depararam com uma grande limitação: na época, final de setembro, durando até dezembro de 2023, estava sendo realizado um grande cadastramento dos associados, como informado pelo o presidente da associação e pela secretária, o que impediu a realização da capacitação, dada a indisponibilidade dos comerciantes nos horários previstos, que seriam foram da jornada de trabalho.

Esse fato, lamentavelmente inviabilizou o alcance de parte dos resultados em termos de capacitação, o que se constituiu na grande limitação desse projeto. Restou aos membros do projeto compartilhar o material digital, na forma de vídeo e texto em PDF com os associados, link esse enviado pela secretaria aos membros interessados em conhecer e aprender sobre qualidade no atendimento, bem como reduzir a carga horária do curso para 12 horas, com base no material gravado (videoaulas). O material pode ser acessado pelo o link abaixo:

<https://drive.google.com/drive/folders/1X6OZCul9gGsrQm4lg1kBCI9j4Qy6vaT7>

Não obstante às limitações já elencadas, os docentes acompanharam, orientaram e avaliaram as ações ao longo dos 06 (seis) meses de duração do projeto, exceção à comunidade que não pode receber as ações extensionistas de capacitação.

4. Conclusões

Mesmo com as limitações já mencionadas, o projeto atendeu parcialmente ao objeto principal, uma vez que várias ações extensionistas foram realizadas com êxito, exceção à capacitação presencial. Por outro lado, há de se reconhecer o esforço dos membros do projeto em dar uma importante contribuição, na forma de videoaulas, aos associados que se interessassem nesse tema, uma vez que o material foi compartilhado com eles.

5. Referências

- [1] CARLZON, J. A hora da verdade. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.
- [2] CHIAVENATO, I. Administração de vendas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- [3] COBRA, M. Marketing de serviços. São Paulo: Atlas, 2020.
- [4] DECI, E. L.; RYAN, R. M. Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. Berlin: Springer Science & Business Media, 1985.
- [5] DRUCKER, P. F. Pessoas e desempenho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- [6] GRONROOS, C. Marketing: gerenciamento de serviços. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- [7] HERZBERG, F.; MAUSNER, B.; SNYDERMAN, B. B. The motivation to work. New York: John Wiley & Sons, 1959.
- [8] IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Produto Interno Bruto. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em 20 de abril de 2023. 1993.
- [9] KANO, N. et al. Attractive quality and must be

quality. The Journal of the Japanese Society for Quality Control, abril 1984.

[10] KOTLER, P. et al. Princípios de marketing. Porto Alegre: Bookman, 2023.

[11] LOBOS, J. Encantando o cliente-externo e interno. São Paulo: J. Lobos, 1993.

[12] LOVELOCK, C.; WIRTZ, J. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados. São Paulo: Pearson, 2006.

[13] MARSHALL JR, I. et al. Gestão da Qualidade. Rio de Janeiro: FGV Management, FGV, 2008.

[14] MASLOW, A. H. Motivation and personality. New York: Harper, 1954.

[15] MICROSOFT. Global State of Multichannel Customer Service Report. Disponível em https://download.microsoft.com/documents/enus/dynamics/Global_State_of_Multichannel_Customer_Service_Report.pdf.pdf. Acesso em 20 de abril de 2023. 2019.

[16] MOREIRA, D. A. Administração da produção e operações. São Paulo: Saraiva, 2017.

[17] PALADINI, E. P. Gestão da qualidade: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2019.

[18] PARASURAMAN, A.; ZHEITMAL, V. A. BERRY, L. L. SERVQUAL: A multipleitem scale for measuring consumer perceptions of service quality. J Retailing. 1998; 64(1):12- 40.

[19] RAZZOLINI FILHO, E. Gerência de produtos para a gestão comercial: um enfoque prático. Curitiba: InterSaberes, 2012.

[20] REIS JÚNIOR, D. R. Qualidade e excelência em serviços. Curitiba: InterSaberes, 2022.

Agradecimentos

À Associação de Comerciantes do Shopping Edson Diniz e À UFCG pela concessão de bolsa(s) por meio da Chamada PROPEX 002/2023 PROBEX/UFCG.