

RECURSOS HUMANOS X TREINAMENTO X ATENDIMENTO

CUNHA, Clovis Aparecido ¹

BRITO, Diego Sandrim de ²

ZANARDO, Luiz Carlos ³

Resumo

Dentro das empresas o recurso humano exerce fator preponderante no desempenho, na estratégia, na construção, até na permanência do mercado. O fator humano também não faria diferença se por traz, não existisse um verdadeiro arsenal de técnicas de desempenho, processos, de treinamento, de atendimento. Empresas sobrevivem graças à ação que há entre o seu recurso humano e as estratégias usadas no treinamento e no seu atendimento.

Palavras chave: Recurso humano, Treinamento, Atendimento;

ABSTRACT

Within the corporate human resource plays a preponderant factor in performance, strategy, building up to stay in the market. The human factor also would not matter if behind, there were not a whole arsenal of performance techniques, processes, training, and care. Companies survive thanks to the action that is between your human resources and the strategies used in training and in your care.

Keywords: Human Resources, Training, Customer Service;

¹ Técnico em contabilidade pelo Colégio IEEL de Londrina, graduado em administração de empresas pelo Instituto de Educação Superior de Londrina. ² Graduado em administração de empresas pelo Instituto de Educação Superior de Londrina. ³ Técnico em contabilidade pelo Colégio São Vicente Palotti de Mandaguari-Pr, graduado em administração Pelo Instituto de Educação Superior de Londrina e estudante de MBA em Gestão de Pessoas pelo Instituto de Educação Superior de Londrina.

INTRODUÇÃO

O mundo esta em permanente mutação, em todos os seguimentos e em todas as áreas, o que era uma prática costumeira, passa do dia pra noite a ser esquálida e antiquada. Produtos que a bem pouco tempo era a preferência nacional, simplesmente deixaram de existir; nesta esteira segue o consumo. As empresas por sua vez devem satisfazê-lo, criar mais e mais produtos e serviços para acompanhar esta evolução. Para isso deve estar em permanente evolução; buscar inovação é a chance de continuar sobrevivendo no mercado.

Inovação é a palavra de ordem neste século XXI, os empreendedores estão numa busca frenética de objetos, de padrões novos, processos modernos, produtos ultra-sofisticados, tecnologia. Buscam-se também mentalidades diferentes, díspares, extraordinárias. Gente que saiba enxergar as perspectivas do consumo, aonde vai, oportunidades vindouras.

O mundo globalizado permite o pensamento coletivo, o padrão de evolução, de técnicas, de comunicação, de visualização do amanhã. O consumo é idêntico para toda a raça humana, há uma massificação preponderante. Os insumos estão se escasseando, a terra vai se esvaindo, seus recursos são finitos, e o homem padece.

As perspectivas de crescimento são enormes, estima-se que são sete bilhões de sobreviventes, exigindo um lugar ao sol. Todos consomem, todos buscam o que fazer como fazer. Afinal o recurso deve ser de todos, e o recurso principal é o ser humano. O homem a serviço do homem.

Com esta exigência mundial nada mais justo e humano do que estar preparado, qualificado, atenta as mudanças de comportamentos atuais, as vicissitudes.

O amanhã virá e junto com ele desafios diversos, o empreendedor estará atento as mudanças, sobrevivera os embates se junto com ele estiver dando retaguarda, um recurso humano qualificado, competente e ativo. Um contingente de pensadores de estratégias de qualificação, de treinamento, de atendimento a este público ávido de produtos e serviços diferenciados.

O conceito do que é um recurso humano competente, aliado a um treinamento qualificado e de um atendimento de excelência, idealizado na fina extirpe teórica de autênticos pensadores de gestão de pessoas, é o que se vai descrever neste artigo.

REFERENCIAL TEORICO

Nesta década RH deixou de ser o local onde se processa a folha de pagamento para ser o local de estratégias empresariais. Hoje, não só nas grandes empresas, mas também nas pequenas e médias, aloca-se um grande volume de recursos, sejam eles financeiros, cognitivos, tecnológicos; e, os profissionais designados estão qualificados na área de marketing, finanças, direitos etc., são usados como estrategistas do negócio, mensuram as necessidades organizacionais, traçam e avaliam as metas.

Observando com clareza estas necessidades, a maioria dos empresários passaram a investir e enxergar esta nova realidade. Na visão de Rodrigues: (2011);

Quando uma organização investe em seu colaborador e propicia um ambiente saudável, com benefícios que atenda as necessidades tanto no lado pessoal quanto profissional dos funcionários ela consegue se desenvolver e manter sua liderança e seus talentos. Assegurando ainda o sucesso e a imagem de uma ótima corporação para se trabalhar.

A influencia do RH esta inserido na estratégia de negócio da empresa e os horizontes são alargados pelos profissionais desta área. Claria esta afirmação Milkovich, Boudreau (2006, p.341); “As melhores empresas integram o treinamento dentro de um conjunto sistemático de atividades de RH, incluindo o provimento interno e externo, sistema de recompensas e planejamento das funções”.

Nas políticas de recompensas, salários e planejamento das funções, reside a estratégia dos recursos humanos e é onde floresce a motivação dos indivíduos e vê mais veemente o retorno do capital.

Milkovich Boudreau,(2006, p.341), salienta: *As empresas que reorganizam suas operações com base em programas como trabalho em equipes e círculos de qualidade consegue maior produtividade se esses programas estiverem em sintonia com educação do trabalhador.*

Quando se fala em treinamento, fala-se em mudança de conhecimento, de habilidade e de atitude; são alterações nos hábitos até então praticadas e direcionadas para

um rumo adequado, ou ainda uma mudança de comportamento. E o treinamento produz mudança em todas essas direções e faz com que o atendimento seja diferenciado, seja produtivo, tenha retorno satisfatório.

Do ponto de vista de Marras (2000); *O treinamento produz um estado de mudança no conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes de cada trabalhador, uma vez que implementa ou modifica a bagagem particular de cada um.*

Quando o colaborador é treinado para ter mais conhecimentos ele passa a ter mais informações ou aprende a procurá-las, começa a ter noção da sua importância no conjunto da organização.

Já com o treinamento da habilidade ele começa a ser ágil a ter desenvoltura naquilo que faz ou venha a fazer e com segurança.

Na atitude, suas maneiras, seus modos de atendimento transpõe ao ordinário, corriqueiro e é diferenciado, chegando a excelência.

Recursos por que é o homem quem angaria o recurso, quem o faz, quem o cria e quem responde por todas as questões e necessidades; tornando ele próprio o recurso do recurso humano. Conceituando o recurso humano, ele é a essência primordial da organização seja ela pública, privada, cooperativista, terceiro setor, etc.

A “grande maioria de empresas tem dado pouca importância ao atendimento, no dizer de Torres, Rodrigues, Chanlat; (1990, p138) *Violam-se mais elementares regras da cortesia e da civilidade; e; sobretudo, indica-se a pouca consideração pela pessoa a frente de nós.* Vem confirmar esta assertiva, Giglio (2003, p.27) *Cada vez menos dialogamos e cada vez mais monologamos, [...] estamos perdendo a capacidade de empatia, de nos colocarmos na situação do outro, suspendendo temporariamente o nosso modo de ser..*

Percebe-se com essas considerações que não se escuta, mas dá-se importância a produção e ao tempo gasto para a negociação. O tratamento e o atendimento do cliente, esta em segundo plano, ficou nos primórdios da administração clássica com seus conceitos mecanizados e rígidos, ou seja, esta apoiada ainda na eficiência da produção, como se pessoas e máquinas fossem de igual fabril. Essa característica dos ocidentais deve-se a cultura herdada da hierarquia militar onde se originou a ciência da administração.

Apesar da globalização que força as pessoas a agirem de maneira análogas, como diz Levitt, (1995 apud Giglio, 2003, p.50) *As pessoas do mundo todo vão apresentando*

comportamentos cada vez mais semelhantes. Mas observa-se em alguns lugares, principalmente no Oriente, que prevalece os rituais básicos do diálogo, do saber ouvir. Perde-se tempo agora, mas se ganha depois. Esta relação incorreta que se faz entre máquinas e homens fazem com que as empresas que aplicam mais tempo, sabem ouvir e respeitam os clientes tenham diferencial de mercado e sejam competitivas.

Observa-se que o sucesso é saber ouvir, atender, respeitar o momento e a pessoa do ser humano, para concluir Milkovich, Bodreau (2006, p.19).

Os recursos humanos trazem o brilho da criatividade para empresa. As pessoas planejam e produzem os produtos e serviços, controlam a qualidade, vendem os produtos, alocam recursos financeiros e estabelecem as estratégias e objetivos para a organização.

Dentro das organizações as pessoas pensam, agem, interagem, enfim convivem e trabalham , pensando nestes empreendimentos; Chiavenato reage (2002), *As organizações precisam de pessoas espertas, ágeis, empreendedoras e dispostas a assumir riscos, [...] para isso é imprescindível o treinamento e o desenvolvimento das pessoas.*

Atendimento deve ser entendido como oportunidade que a empresa tem de acolhimento de seu cliente, com toda consideração e atenção que ele necessite e precisa. É o momento de prestar toda assistência e solucionar as questões solicitadas e perquiridas, acatando ou dirimindo dúvidas de forma criativa. Orientando o cliente da melhor maneira no sentido de que ele sinta-se bem física e emocionalmente. Atendimento, na opinião de Ferreira (1988, p.70) “Dar ou prestar atenção [...], tomar em consideração; levar em conta; ter em vista; considerar”.

Já no entender de Pilares (1991.p.72) *A relação interpessoal que envolve o funcionário de uma organização e o destinatário de produtos ou prestação de serviços à empresa constitui o atendimento.* Atendimento é um compromisso da empresa e de seus colaboradores para com o cliente. Ambos devem devotar todo empenho em satisfazê-lo. O cliente deve sempre ser o foco do negócio, afinal organizações foram criadas para satisfação de um desejo de consumo.

Na estratégia de negócio foco no foco do cliente, que se fala no meio empresarial atual, empreendedor e atendente, são aconselhados; Chiavenato (2006, p.250);

Conhecer não somente o cliente, mas suas necessidades e expectativas intrínsecas, [...] colocar no lugar do cliente e pensar o negócio como se o empreendedor fosse seu próprio cliente, avaliando o que sua empresa esta lhe oferecendo e por quais razões deveria comprar o seu produto/serviço.

Para Pilares: (1991, p.72) é definido como cliente: *Toda pessoa que entra em contato com a empresa para solicitar um serviço, falar com um funcionário ou simplesmente pedir uma informação.*

Dentro desse artigo serão considerados dois tipos de clientes:

- Cliente externo - é o consumidor final, aquele que compra produtos ou serviços, dá sustentação de lucro para empresa;
- Interno - são os funcionários da empresa, porém nos mais diferentes setores ou dependências, que necessitam de produtos, equipamentos, informações, etc., para dar prosseguimento no atendimento do cliente.

Tanto o cliente externo como clientes internos, são exigentes e conscientes de seus direitos e evidentemente criam expectativas quanto ao atendimento. Na opinião do Centro de Pesquisa Desenvolvimento e Educação Continuada, foram relatadas as seguintes expectativas.

- Em primeiro lugar, os clientes esperam que os profissionais que o atendam se comprometam a ajudá-los a atingir seus objetivos;
- Em segundo, esperam obter sugestões e propostas de melhorias em suas atividades e seus processos;
- Esperam também que o profissional de vendas não coloque seus interesses acima dos deles;
- Que se mantenham comprometidos ao longo do tempo - ainda que não haja uma oportunidade imediata de venda ou de negócio;
- E, finalmente, os clientes querem ter garantia de acesso e de atendimento sempre quando necessitarem.

Pessoas querem e desejam ser tratadas como únicas, não suportam atendentes indiferentes, lerdos, ou com pressa e com aparência de verem-se livres delas.

Pessoas incumbidas de atendimento devem ouvir atentamente, falar pausadamente, nunca interromper, jamais presumir o que o cliente deseja ou pensar em resposta enquanto o mesmo fala. É preciso criar a impressão de que existe um sincero interesse e respeito. Anotar sempre os pontos básicos da conversa e mostrar que leva muito a sério o que esta sendo dito até para acompanhamento de raciocínio.

Inteligência e talento estão distribuídos desigualmente entre os seres humanos, mas, mesmos as pessoas que não estão dotadas destes atributos naturais, são dignas de respeito e consideração. Há uma evidencia crescente de que recursos humanos, treinamento e atendimento estão atrelados ao ganho de capital, retorno, financeiro e competitividade das empresas. Há um mutualismo nestes elementos, a intimidade dos três é perceptível a olho nu. Se os recursos humanos é o principal componente da empresa, o treinamento dele é essencial e o atendimento sua base tática; empresa nenhuma sobrevive sem qualificação nesta área.

Recentemente em um comentário na mídia local o consultor de empresas Abraham Shapiro foi questionado por um empreendedor que lhe perguntou como, sem fazer uma pesquisa com seus clientes ele saberia como os mesmos vêem sua empresa e ele respondeu; pense naquele funcionário mal humorado, grosseiro, que não dá atenção e não recebe bem o seu cliente; esta é a imagem reconhecida pela sua clientela.

Foi trabalhada uma pesquisa junto a Transportes Gritsch LTDA. Filial de Londrina, Estado do Paraná. Esta organização nasceu em 1969 na capital do Estado, seu fundador prestava pequenos fretes e teve a oportunidade de executar serviços para um banco que posteriormente o convidou a ser o seu transportador de malotes. Devido à seriedade e o espírito empreendedor de seu diretor, houve uma grande expansão e atualmente ela é uma operadora de logística bancária em 22 estados da federação, com veículos leves, pesados e aviões.

Mesmo sólida e atuante, verificou-se que é uma organização burocrática, centralizadora, verticalizada, seus métodos de gerir, mesmo sendo eficaz e produtora esta com problemas na área de gestão de pessoas. Foram exploradas nesta pesquisa 15 questões, pertinentes a tempo de empresa, escolaridade, competência, habilidade, atitude, comunicação da empresa, cooperação, treinamento, investimento em formação do funcionário, ascensão, reconhecimento, instalações, relacionamento com chefia, etc.

Foi constatado que seus funcionários têm pouca escolaridade, a comunicação da empresa, a cooperação, a motivação e o treinamento estão deficitários e poderiam ser melhorados.

Sugeriu-se, ao seu gestor local que estimule os colaboradores a voltar a estudar, faça inscrição no CEBEJA (Centro Estadual de Educação Básica para Jovens e Adultos), quanto à cooperação, sejam realizados programas de socialização com palestras sobre temas relevantes da missão e objetivos da empresa, políticas, diretrizes, procedimentos, produtos, serviços, estrutura organizacional, procedimentos de segurança; crie-se avaliação de desempenho do colaborador e nele insira dados de compromisso, de cooperação, inclusive como referencia para futuro aproveitamento funcional.

Na comunicação aconselhou-se, uso maior da intranet, mais informações on line da empresa; o que esta fazendo, aonde quer chegar, onde o colaborador poderá ser aplicado, procurar enxergar a percepção do mesmo e colocá-lo na realidade da empresa, isto é alinhá-lo ao objetivo organizacional. Colocar organograma na entrada da empresa, usar método Kanban nas rotas para evitar extravios e melhorar a memorização, praticar o endomarketing, canal de comunicação com a diretoria, caixa de sugestões, e o que mais importante dar retorno a estas.

Na motivação recomendou-se a criação de Programa de Participação de Resultados, com metas possíveis de ser atingidas, dando maior prêmio aqueles que melhor desempenho obterem, e em todas as áreas da empresa seja quantificado o índice participação; estimule o funcionário a praticar uma segunda aptidão, isto é extremamente salutar para a empresa e o funcionário, crie mural do aniversariante e ao final do mês rateie as despesas entre todos, a diretoria envie carta de felicitações; ginástica laboral antes do inicio da atividade, use o feedback , dando e recebendo-o e reconheça publicamente através de elogios o funcionário que fez por merecer.

Quanto ao treinamento indicou-se; que o seu gestor e o imediato façam uma reciclagem de treinamento na matriz uma semana, e no retorno sejam multiplicadores do treinamento, crie TLTs (treinamento em local de trabalho), pequenas reuniões no inicio da atividade com as equipes e os oriente a respeito da tarefa do dia. Os motoristas estão sendo treinados em direção defensiva, e aconselhou-se acrescentar direção econômica, com menos gasto de combustível e peças e maior aproveitamento dos veículos e do tempo. No

atendimento, além dos aconselhamentos usuais do bom atendimento, como cortesia, atenção, rapidez, polidez, espontaneidade; emponderamento do funcionário da linha de frente para que dê soluções às pequenas questões, com isso começa-se uma gestão participativa, mais aberta, com conseqüente ganho operacional. Indicou-se a prática da filosofia Kaizen (mudança para melhor) que consiste na comunicação bilateral em toda empresa, com compreensão dos objetivos da empresa, ela esclarece que se todos os procedimentos forem colocados em funcionamento adequado os resultados voltarão.

Com prática do exercício do elogio, do reconhecimento, da delegação de responsabilidade, do feedback, da gestão de pessoas vendo-as como principal parceiro, começando uma gestão participativa, aproximando a cúpula do quadro funcional, comunicando-se melhor, criando um endomarketing eficiente, emponderando seus funcionários da linha de frente, aliado a uma estratégia de negócio eficaz como a Transportes Gritsch LTDA. Filial de Londrina, é impossível não ser bem sucedida e aumentar seus resultados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O recurso que faz acontecer nas empresas, isto é que constroem e pode até destruir as mesmas quando não há uma qualificação rigorosa e um treinamento na linha de atendimento, faz com que impulse também a economia, o lado social da comunidade. Empresas são referências às vezes até maiores que a própria cidade. Portanto a formação do colaborador deve ser sempre primorosa, mesmo por que, estando o funcionário onde estiver em qualquer parte; estará sempre representando a empresa. As pessoas não têm mais nome, é fulano da empresa tal, isto quase sempre fora do horário normal de atividade.

O empreendedor ou dirigente empresarial tem que ter em mente, que o seu colaborador é acima de tudo um grande parceiro, dele depende grande parte do sucesso do seu empreendimento. Colaborador treinado, desenvolvido, educado presta um trabalho com qualidade, atende com presteza, agilidade e humor. Ao contrario, presta um desserviço, destrói reputação, arruína empresa.

O gestor, usando bem o recurso humano, usando a tática correta, e pesquisando microscopicamente a percepção; colocando-se na realidade do colaborador é possível alinhar os seus objetivos e os da empresa e colher resultados extraordinários.

As pessoas só aprendem quando o que esta sendo ensinado, traz benefícios para ela, quando faz sentido em suas vidas, quando há ganhos, não só financeiros, mas quase sempre de reconhecimento, de pertencimento a aquele grupo. Nem sempre a remuneração é fator preponderante para o comprometimento do colaborador, às vezes um muito obrigado, um parabéns autentico faz toda a diferença.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Kalinka. RH muda para conquistar colaboradores. **Folha de Londrina**, Londrina, 05 Set. 2011, Folha Empregos & Concursos, p. 7.

ARAÚJO, Luiz Cesar G. de; Garcia, Adriana Amadeu. **Gestão de pessoas**: São Paulo: Atlas, 2010.

BARATA, Maria Cristina; Borges, Marcia M. **Técnicas de Recepção**. SENAC Nacional, 1998.

BEE, Frances, Roland; Fidelizar o cliente. Tradução Edite Sciulli, São Paulo: Nobel, 2000.

BOOG, Gustavo G.; Boog, Madalena T. **Manual de treinamentos e desenvolvimento**: processo de operações. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

BOWERSOX, Donald J; CLOSS, David J. **Logística Empresarial**: O processo de integração da cadeia do suprimento. São Paulo: Atlas, 2007.

CHANLAT, Jean-François. **O indivíduo na organização**: Dimensões esquecida/ Ofélia de Lanna Sette Torres, organizadora; tradução de adaptação Arakcy

Martins Rodrigues.../ET al./; revisão técnica Carlos O. Bertero. Traduzido de *L'individu dans l'organisation* 3. ed. São Paulo: 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**: O novo papel de recursos humanos nas organizações. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos**: 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

DIAS, Reinaldo.**Sociologia das Organizações**: São Paulo:Atlas, 2008.

GIGLIO, Ernesto M. **O comportamento do consumidor**: 2.ed. revista e ampliada. – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de Pessoas**-Enfoque nos papéis profissionais. 1.ed.7 reimpr.- São Paulo: Atlas, 2007.

GLOBO,Departamento editorial. **Dicionario de Sociologia**: Willems, E; Fairchild, H. P; Bernsdorf-F, W; Weber, A. Introdução Fernando de Azevedo. Porto Alegre: Globo, 1970.

HOLANDA, Aurerio Buarque de. **Dicionário da Língua Portuguesa**: 1988.

HUMANOS, Diretoria recursos. **Ambientação**: Departamento de Treinamento e desenvolvimento: Brasília: ECT, 2000.

KOTLER,P. **Administração de Marketing**:5 ed. Tradução de Ailton Bonfim Brandão. São Paulo: Atlas, 1998.

LACOMBE, Francisco Jose Masset. **Administração**: Princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2006.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos**: do operacional ao estratégico. 3 ed. São Paulo: Futura, 2000.

MILKOVICH, George T; BOUDREAU, W, John; tradução Reynaldo C.Marcondes.
Administração de recursos humanos: 1.ed.- 5.reimpr.-.São Paulo: Atlas, 2006.

NISKIER, Arnaldo. **Educação à distância:** A tecnologia da esperança. 2 ed. São Paulo: Loyola, 2000

PILARES, Nanci Capel. **Atendimento ao Cliente:** recurso esquecido. São Paulo: Nobel, 1989.

TERRIBILI, Armando Filho; **Presencial a distancia, os dois por que não,** janeiro, 2009.
Disponível em: <http://webinsider.uol.com.br/2009/01/14/presencial-ou-a-distancia-os-dois-por-que-nao/21:35>. Acesso em: 23 Set. 2011.

VERDI, Cesar Augusto. **Excelência (essência) no atendimento:** treinar e praticar e só começar. Caxias: ed. Maneca, 1999.

WOOD Jr, Thomaz; Caldas, Miguel P. **Comportamento organizacional:** uma perspectiva brasileira. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

WRIGHT, Peter I; Kroll, Mark J.; Parnell, John., tadução Celso A. Rimoli, Lenita R. Esteves. **Administração estratégica:** conceitos. Atlas, 2000.