

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC  
CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO**

**ANDREIA BITENCOURT VALENTIM**

**CAPACITAÇÃO: A BUSCA PELO BOM ATENDIMENTO**

**CRICIÚMA  
2014**

**ANDREIA BITENCOURT VALENTIM**

**CAPACITAÇÃO: A BUSCA PELO BOM ATENDIMENTO**

Relatório de Estágio apresentado para obtenção do grau de Bacharel no curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Ma. Jucélia da Silva Abel

**CRICIÚMA**

**2014**

**ANDREIA BITENCOURT VALENTIM**

**CAPACITAÇÃO: A BUSCA PELO BOM ATENDIMENTO**

Relatório de Estágio apresentado para obtenção do grau de Bacharel no curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 01 de dezembro de 2014.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof.<sup>a</sup> Jucélia da Silva Abel – Mestra – Unesc – Orientadora

Prof.<sup>a</sup> Gisele Bitencourt Valentim da Silva – Especialista – Unisul

Prof.<sup>a</sup> Marianela Marana Vieyto – Especialista – Unesc

**Dedico este trabalho a todos aqueles que durante a minha trajetória acadêmica me deram força, apoio e que estiveram comigo.**

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço a Deus, por permitir que eu conseguisse ultrapassar as barreiras que a vida me impôs, para neste momento alcançar meu objetivo. O tão esperado, sonhado, momento de conquistar a graduação.

Agradeço imensamente aos professores do curso de Secretariado Executivo, pelo conhecimento compartilhado nestes 4 (quatro) anos de estudos. Especialmente a coordenadora Jucélia Abel, que neste período me auxiliou em todos os aspectos, e que com certeza contribuiu para que eu me tornasse uma profissional qualificada.

Agradeço ao meu esposo, que esteve lado a lado neste período, quando muitos dias fui ausente em nosso lar, e em nossa vida conjugal, para alcançar meu objetivo profissional.

**“Modernamente o treinamento, é considerado um meio de desenvolver competências nas pessoas para que se tornem mais produtivas, criativas e inovadoras, a fim de contribuir melhor para os objetivos organizacionais e se tornarem muito mais valiosos.”**

**Idalberto Chiavenato**

## RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivos levantar as necessidades entre os associados da CDL de Santa Rosa do Sul, para que haja um atendimento eficaz pelos seus funcionários. Durante o estágio, observou-se o seguinte problema: como capacitar um funcionário para que faça um atendimento a fim de fidelizar o cliente? Para o desenvolvimento desta pesquisa se aplicou como metodologia o estudo de abordagem qualitativa com objetivos descritivos e ainda com procedimentos técnicos bibliográficos e de levantamento. Uma entrevista foi realizada diretamente ao associado, interrogando-o de forma direta, se em seu respectivo comércio havia a necessidade de capacitar o funcionário para o atendimento. Como resultado desta entrevista, foi apresentada uma proposta de capacitação, desenvolvendo temas como relação interpessoal, comunicação e abordagem ao cliente, que podem melhorar o desempenho do funcionário quanto ao atendimento. O associado que tem a intenção de melhorar os resultados da empresa e investir no funcionário, capacitando-o é o melhor caminho. Conclui-se que, o investimento no capital humano, é necessário. Um funcionário capacitado se torna mais eficaz em suas ações, mais prudente em seus atos e menos invasivo em suas atuações.

**Palavras-chave:** Atendimento. Capacitação. Associado. CDL.

## RESÚMEN

Esta investigación tuvo como objetivos reconocer las necesidades de los socios de la CDL de Santa Rosa do Sul, para que haya un atendimento eficaz por parte de sus empleados. Durante la pasantía, se observó el siguiente problema: ¿cómo capacitar a un empleado para que haga un atendimento capaz de hacer fiel al cliente? Para el desarrollo de esta investigación se aplicó como metodología el estudio de enfoque cualitativo con objetivos descriptos y además con procedimientos técnicos bibliográficos y de relevamiento. Fue realizada una entrevista directamente al socio, interrogándolo de forma directa, si en su respectivo comercio había necesidad de capacitar a sus empleados para mejorar el atendimento al público. Como resultado de esta entrevista, se presentó una propuesta de capacitación, desarrollando temas como: relación interpersonal, comunicación y enfoque al cliente, que puedan mejorar el desempeño del empleado en cuanto al atendimento al público. El socio tiene la intención de mejorar los resultados de la empresa e invertir en sus empleados, capacitándolos, es el mejor camino. Se concluye que es necesario la inversión en el capital humano. Un empleado capacitado se vuelve más eficiente en sus acciones, más prudente en sus actos y menos invasivo en sus actuaciones.

**Palabras llave:** Atendimento. Capacitación. Socio. CDL.

## ABSTRACT

This research aimed to assess the needs among members of the Santa Rosa do Sul Cdl's, so there is an effective service for their employees. During the internship, there was the following problem: how to train an employee to make a call to customer loyalty? To develop this research methodology as applied to the study of qualitative approach with descriptive aims and with technical procedures and bibliographic survey. An interview was conducted directly to the associate, questioning him directly, in their respective trade was necessary to enable the employee to meet. As a result of this interview, a proposal was presented for training, developing topics such as interpersonal relationship, communication and customer approach that can improve employee performance with respect to compliance. The associate who intends to improve business results and invest in employee, empowering him is the best way. It concludes that investment in human capital, it is necessary. Um funcionário capacitado se torna mais eficaz em suas ações, mais prudente em seus atos e menos invasivo em suas atuações.

**Key-words:** Treatment. Capacitation. Associate. CDL.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Auditório CDL.....	23
Figura 2	Sala de reuniões.....	24
Figura 3	Recepção CDL.....	24

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

FCDL      Federação das Câmaras Lojistas

CDL        Câmara de Dirigentes Lojistas

## SUMÁRIO

<b>1INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.1 CAPACITAÇÃO: A BUSCA PELO BOM ATENDIMENTO.....	14
<b>1.1.1 Capacitação de funcionário para atendimento no varejo</b> .....	<b>14</b>
1.2 SITUAÇÃO PROBLEMA.....	14
1.3 OBJETIVOS.....	14
<b>1.3.1 Objetivo Geral</b> .....	<b>14</b>
<b>1.3.2 Objetivos Específicos</b> .....	<b>14</b>
1.4 JUSTIFICATIVA.....	15
<b>2FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>17</b>
2.1 CONCEITO DE TREINAMENTO.....	17
2.3 COMUNICAÇÃO.....	21
2.4 ABORDAGEM AO CLIENTE.....	21
<b>3CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA</b> .....	<b>23</b>
<b>4METODOLOGIA</b> .....	<b>26</b>
4.1 TIPOS DE PESQUISA.....	26
<b>5APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS</b> .....	<b>27</b>
5.1 PROPOSTA.....	27
<b>6CONCLUSÃO</b> .....	<b>29</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>30</b>
<b>APÊNDICE A – PROPOSTA</b> .....	<b>32</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tratou da criação de uma capacitação para o varejo com enfoque para os associados da CDL de Santa Rosa do Sul. Com a chegada impactante da tecnologia, o varejo perdeu muitos clientes para a facilidade da compra pela internet. Tal migração tem se tornado frequente a cada ano. Alguns consumidores assinalam como mais prático, menos cansativo, e quase sempre mais em conta, no que se refere ao preço das mercadorias. Porém, em Santa Rosa do Sul, SC, Brasil, a realidade ainda é apostar no atendimento pessoal, presencial, buscando sempre a excelência.

No entanto, a falta de funcionários capacitados coloca em risco este relacionamento. Sendo necessidade de o lojista buscar capacitação para os mesmos, a fim de fidelizar a clientela. Segundo Friedman (2012), as empresas que oferecem bom nível de atendimento a cliente não apenas sobrevivem no mercado, mas na maioria dos casos, prosperam. As outras não. E isso é fato especialmente em cidades pequenas, nas quais o acesso às cidades vizinhas é fácil, e os preços às vezes são mais atraentes, enfim, existem inúmeros fatores que fazem com que os clientes optem por comprar em outros comércios. Mas, o lojista que se antecipa e garantir um atendimento de qualidade, capacitando seus funcionários para tal função, será diferenciado, terá sua clientela fixa e garantirá o sucesso de seu negócio.

No primeiro capítulo são apresentados o tema, a delimitação do problema, o objetivo geral e os específicos, bem como justificativa.

No segundo capítulo encontra-se a fundamentação teórica, que deu embasamento à pesquisa, tratando de conceitos de treinamento e sua relevância para os associados da CDL de Santa Rosa do Sul.

O terceiro capítulo se refere à caracterização da empresa e ambiente de trabalho.

No quarto capítulo a metodologia e os tipos de pesquisa estão em evidência, indicando quais as fontes e de que forma se realizou a pesquisa.

No quinto capítulo é apresentada a proposta de capacitação como resultado do levantamento da necessidade do associado da CDL de Santa Rosa do Sul, com relação ao atendimento.

E por fim, no sexto capítulo encontra-se a conclusão desta pesquisa.

## 1.1 CAPACITAÇÃO: A BUSCA PELO BOM ATENDIMENTO

### 1.1.1 Capacitação de funcionário para atendimento no varejo.

## 1.2 SITUAÇÃO PROBLEMA

Durante o estágio, percebeu-se que os associados da CDL de Santa Rosa do Sul contam com um bom atendimento para os consumidores. Porém, para esta época de modernidade tecnológica, são necessárias mudanças para atender de forma rápida, satisfatória, e, principalmente, garantir a fidelização do cliente. Certamente, preço e qualidade também são fundamentais, mas um bom atendimento, feito por pessoas capacitadas para a função, torna-se um diferencial na hora de fidelizar. Existem vendedores que não são capacitados, fazem o básico, são invasores da privacidade do cliente, sufocam, não conseguem entender o cliente, suas necessidades, suas indecisões, etc.

Neste sentido, indaga-se:

Como capacitar um funcionário para que faça um atendimento a fim de fidelizar o cliente?

## 1.3 OBJETIVOS

Este projeto trará como objetivo o levantamento da necessidade do associado da CDL de Santa Rosa do Sul em capacitar seus funcionários para um atendimento eficaz. A criação da capacitação será uma maneira de atender esta necessidade.

### 1.3.1 Objetivo Geral

Produzir capacitação sobre atendimento no varejo para a CDL de Santa Rosa do Sul.

### 1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar as necessidades dos associados da CDL de Santa Rosa do Sul;
- b) Mostrar os benefícios da capacitação aos associados;
- c) Organizar os conteúdos a serem trabalhados na capacitação dos funcionários;
- d) Definir a metodologia a ser aplicada nesta capacitação.

#### 1.4 JUSTIFICATIVA

A importância do atendimento para a fidelização do cliente é fato dentre as exigências e necessidades dos lojistas. Na CDL de Santa Rosa do Sul, os 73 (setenta e três) associados sentem esta necessidade cada vez mais intensa, e entendem que fidelizar, hoje, é uma ferramenta essencial para o fortalecimento do comércio.

Para isso, é necessário treinamento e capacitação. Fazer o funcionário entender a necessidade de uma abordagem correta, para que o cliente sinta-se o mais confortável possível dentro da loja, é um diferencial a mais para que ele retorne.

Atualmente, a abordagem tem sido feita de forma incorreta, pois o funcionário, muitas vezes, tem uma ideia equivocada do “bem atender”. Pensa que um bom dia com sorriso forçado, ou aquela famosa frase – “Em que posso ajudar?”, faz toda diferença na hora de conquistar o cliente.

Com a capacitação, os profissionais tendem a abordar, de forma correta, espontânea e discreta. Saberão agir como observadores das necessidades dos clientes. Para o associado, ter no atendimento, o diferencial para conquistar e manter os seus clientes é essencial; fica evidente a partir da contratação de profissionais aptos à função, e isso se reflete no bom funcionamento da loja, nas relações interpessoais da empresa-cliente. Os profissionais da Graduação, ao observarem esta situação, sentem a necessidade de proporcionar funcionalidade ao setor, de forma ampla, clara, ágil, tendo um olhar crítico para as situações que deterioram o atendimento. Capacitar é sempre uma forma de reciclagem dos equívocos, além de uma troca de experiências.

Para os associados a capacitação do funcionário resulta no aumento das vendas, na fidelização do cliente. E diante desta situação, os mesmos investem na empresa, por meio da capacitação.

Por sua vez, os clientes conseguem entender este atendimento, porque serão acolhidos por profissionais que abordam de maneira correta sem invadir sua privacidade.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A presente pesquisa apresentará a influência da capacitação no resultado de vendas, de fidelização de clientes. E como a mesma pode ser de extrema relevância para o associado da CDL de Santa Rosa do Sul como um investimento de sucesso. O capítulo abaixo tratará da fundamentação desta importância em treinar o funcionário, baseado nos autores Idalberto Chiavenato, Antonio Carlos Gil, Richard Gerson, entre outros, das áreas administrativa, gestão de pessoas e atendimento.

### 2.1 CONCEITO DE TREINAMENTO

A qualidade no atendimento está diretamente ligada a profissionais que passaram por processo de treinamento, para que tenham informações, postura e principalmente conhecimento para bem atender. Para a empresa, ter funcionários bem capacitados, significa melhorar o desempenho do seu negócio com relação às vendas e fidelização do cliente. Antes, pensava-se que treinar ou capacitar se resumia a adequar o funcionário para seu cargo ou função. Nos dias de hoje, a capacitação é ferramenta para melhorar o desempenho do funcionário quanto às suas habilidades em atender.

Segundo Chiavenato (2004, p. 339), “modernamente, o treinamento é considerado um meio de desenvolver competências nas pessoas para que se tornem mais produtivas, criativas e inovadoras, a fim de contribuir melhor para os objetivos organizacionais e se tornarem cada vez mais valiosos”.

O associado quando aponta a necessidade de capacitar seus funcionários, pensa que assim além de apostar no crescimento da empresa, da clientela, também contribui para o crescimento do profissional. Segundo Gil (2001, p. 118), “o ambiente dinâmico das organizações requer o desenvolvimento de ações voltadas a constante capacitação das pessoas, com vista em torná-las mais eficazes naquilo que fazem”. Em especial, quando se trata de vendas no varejo, onde todos os dias tenta-se conquistar os clientes a fim de fidelizá-los, os funcionários precisam estar aptos para alcançar este objetivo. A concorrência, o preço, o ambiente, são apenas alguns itens que acabam influenciando por esta busca, para que o cliente tenha o diferencial que procura. E este diferencial pode estar no atendimento com

pessoas capacitadas. Então, o associado que estiver atento fará treinamentos constantes, para que tenha sempre clientes fidelizados.

A necessidade do associado em manter seu quadro de funcionários capacitados para o atendimento cresce cada vez mais, mesmo que estes tenham um desempenho satisfatório. De acordo com Chiavenato (2004, p. 344), “mesmo quando as pessoas apresentam excelente desempenho, alguma orientação e melhoria das habilidades deve ser introduzida ou incentivada”.

A pesquisa tem como propósito a relevância da necessidade do associado em fidelizar o cliente por meio do bom atendimento. Por isso, torna-se fundamental a capacitação dos profissionais ligados à empresa e aos clientes. Para Richard (2001, p. 46) “funcionários sem treinamento representam má imagem para sua empresa. Se o pessoal que trabalha para você conhece seu produto ou serviço, mas não consegue expressar-se ou ouvir o cliente, você não permanecerá nos negócios por muito tempo”.

O treinamento organiza os benefícios trabalhados, e proporciona aos funcionários e associados mudanças para o sucesso da empresa, quanto às vendas e fidelização do cliente. Para Richard (2001, p. 46) “A maior parte das empresas treina seus funcionários na maneira correta de realizarem suas tarefas, mas não como interagir com os clientes. Ambos são igualmente importantes”.

Assim, o associado que investir no treinamento, garantirá que estará investindo em algo que poderá auxiliar e aprimorar o atendimento em sua empresa, além de aumentar o faturamento do seu negócio, tendo maior rentabilidade em vendas efetivadas. Segundo Richard (2001, p. 46), “se você treinar seus funcionários para fornecer melhor atendimento aos clientes, seu lucro bruto pode aumentar em 20%”. Isso se dá, por meio da fidelização, pois o cliente tende a entrar em comércios onde é bem atendido.

O treinamento proporciona uma eficácia na ação de atendimento e é significativo para a empresa com relação aos resultados. Segundo Brandão (2004, p. 125) “deve contemplar, no seu conteúdo programático, módulos relacionados com os aspectos técnicos do atendimento e com os aspectos comportamentais”.

No varejo é comum que muitos profissionais não tenham a habilidade para venda, para atendimento. Com o tempo, a competitividade entre equipes, alguns tendem a pensar que não nasceram para trabalhar neste setor e desmotivem-se, isso faz com que o rendimento e o resultado na empresa, diminua.

Comunicação é o núcleo do sucesso dessas pessoas. Só se aprende esta habilidade, praticando. O que vamos descobrindo é que o segredo da comunicação eficaz está no tempo. Mas como, mesmo sem o tal “tino para a coisa” elas conseguiram alcançar o sucesso? Há um remédio para isso, e seu nome é treinamento. (ORTEGA, *Treinamento: o remédio para as vendas*. Disponível em <<http://www.varejista.com.br/artigos/recursos-humanos/984/treinamento-o-remedio-para-as-vendas>>, acessado em: 17Jun 2014.).

Os profissionais necessitam treinar suas habilidades, seus conhecimentos. O associado precisa agir rápido e investir na qualificação do mesmo para evidenciar um atendimento de qualidade, com profissionais que tenham motivação para conquistar o cliente e mantê-lo com fidelidade. “Vender é a arte de convencer, de influenciar, de estimular pessoas. E para tudo, há técnicas, há remédio. Treinar, nunca é demais.” (ORTEGA, *Treinamento: o remédio para as vendas*. Disponível em <<http://www.varejista.com.br/artigos/recursos-humanos/984/treinamento-o-remedio-para-as-vendas>>, acessado em: 17 Jun 2014.).

Uma equipe para funcionar bem, deve ser treinada, o profissional deve constantemente treinar suas habilidades, para cada vez melhor desempenhá-las. O varejo requer esta atenção, pois a cada ano, está mais comprometido, considerando que as vendas por meio da internet tornaram-se cômodas e em muitos casos mais econômicas também.

As empresas também devem ter em mente que não dá para ter um discurso e ações generalistas quando o assunto é cliente. Hoje é preciso personalizar o atendimento e o trabalho visando maior eficiência e resultados. É certo que a personalização melhora e amplia o relacionamento, bem como ajuda a fidelizar o cliente. (FERRETTI, *Relacionamento e fidelização do cliente*. Disponível em: <<http://www.varejista.com.br/artigos/atendimento-ao-cliente/970/relacionamento-e-fidelizacao-do-cliente>>. Acessado em: 17 Jun 2014.).

Treinamento, significa preparar as pessoas para bem atender. Afinal são pessoas que atendem e não a empresa. Entretanto, esta, colabora realizando os treinamentos a fim de contribuir para que o profissional, além de adquirir conhecimento para si, os compartilhe com os demais, gerando assim um ciclo, onde para a empresa, por meio dos resultados obtidos, o investimento será válido.

Capacitar é também treinar e visa direcionar o profissional a um processo de educação, reciclagem e alteração de comportamento. Por meio do treinamento profissional, o colaborador adquire características de pro atividade, conhecimento sobre as necessidades específicas da empresa, do setor, e até mesmo preparado para capacitar outras

peças. (<<http://www.contabilidade.com.br/qual-importancia-treinamento-e-capitacao-de-funcionario-em-uma-empresa/>>. Acesso em: 17 Jun 2014).

O fato é que para a empresa, o treinamento sempre trará benefícios, seja de cunho financeiro por meio dos resultados, seja pelo profissional bem preparado para as rotinas diárias da empresa. Inegavelmente a empresa terá sucesso em seus negócios por meio de um atendimento diferenciado e que fidelize seus clientes.

## 2.2 RELACIONAMENTO INTERPESSOAL

A maneira como os relacionamentos ocorrem é que pode definir como se dá a convivência entre as pessoas. Bem-estar e sofrimento estão correlacionados com relacionamento interpessoal. Na empresa, está ligado a produtividade, quando os funcionários tem um relacionamento harmonioso.

Segundo Kanaane (1999), o relacionamento deve ser algo positivo na empresa, pois quando os funcionários mantêm uma boa relação, não se tem problemas, conflitos, pois os compromissos, as atividades, tudo flui normalmente. O que melhora a qualidade de vida no trabalho.

Segundo Yetts e Hyten (1998), existem algumas características interpessoais:

- Comunicação, quando a informação recebida é transmitida de forma rápida e efetiva para os outros;
- Conflito, é inevitável entre equipes, mas que importa é como estes conflitos são administrados pela equipe.
- Coesão, existe quando os funcionários pedem ajuda aos mais experientes na empresa. Isso demonstra interesse em permanecer na mesma.
- Confiança, é visível em uma empresa que entre os funcionários há esta característica, isso gera menos gasto de energia para saber se os funcionários estão cumprindo suas atividades.

É notável que um bom relacionamento entre os funcionários agrega para uma comunicação eficaz dentro da empresa.

A importância dada aos relacionamentos parte do pressuposto de que as necessidades e interesses das organizações são as necessidades e

interesses dos indivíduos de forma coletiva. Suas necessidades se originam no ser complexo que somos e que, necessariamente, passam pela emocionalidade das relações sociais e suas trocas intersubjetivas. (<<http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n5/a07v40n5.pdf>>. Acesso em 29 de set 2014).

Este bom relacionamento interpessoal gera para o convívio da equipe, bem como da equipe para com os consumidores, um ambiente harmonioso, e que refletirá positivamente nos resultados.

## 2.3 COMUNICAÇÃO

O modo como o funcionário se comunica com o cliente pode influenciar diretamente na satisfação quanto ao atendimento que a empresa proporciona. O mesmo deve ser de forma correta e precisa. É imprescindível que seja eficaz sempre. A comunicação oral, a qual é utilizada no varejo, é importantíssima e deve ser sempre objetiva, com vocabulário adequado a cada personalidade do cliente.

Tente utilizar as mesmas palavras, frases, chavões e gírias que seus clientes utilizam, porque as palavras que eles utilizam mostrarão a você seus estilos de percepção sensorial: visual, auditiva ou cinestesia. Uma pessoa visual fala através de figuras, imagens ou gestos. Um ouvinte falará sobre sons, escutar e harmonia. Uma pessoa cinestesia descreve a situação em termos de sentimento, sentido e tato. (GERSON, 2001, p.49).

A comunicação é a chave de sucesso que liga funcionário, cliente e empresa. As falhas na comunicação não devem ocorrer para que a relação cliente x empresa, seja satisfatória. Trabalhar a comunicação, também influenciará nos resultados.

## 2.4 ABORDAGEM AO CLIENTE

Quanto à abordagem, o funcionário deve estar ligado na regra básica, que é evitar frases desgastadas como: “posso ajudá-lo?”, pois todas as pessoas que entram na loja, embora às vezes digam que estão somente olhando, possuem uma necessidade de compra. Cabe ao funcionário abordar de forma que o cliente se sinta a vontade para deixar de somente olhar e realizar a compra.

O objetivo de uma abordagem correta, não estabelece somente uma relação comercial, mas direciona o relacionamento pessoal do cliente para com o funcionário, deste modo, a funcionalidade desta relação será amigável, e a resistência do cliente em se manter mais fechado as indagações do funcionário será menor.

Uma maneira eficaz de abordagem é indagar “o que o traz à nossa loja hoje?”, mostrando solícito e realmente interessado em saber. Abrevie uma eventual sondagem sobre o que o cliente deseja, se ele mostrar muito específico na procura do que quer e seja discreto no oferecimento de outras mercadorias.(<http://www.friedman.com.br/artigo/77/T%C3%A9cnicas+de+abordagem+do+cliente>. Acesso em: 29 de set 2014).

É na abordagem que se inicia a história do cliente com a empresa, por isso deve ser bem feito, com qualidade, com firmeza, com sabedoria, com qualificação e acima de tudo, de forma descontraída, sem invasão, com moderação.

### 3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A Câmara de Dirigentes Lojistas de Santa Rosa do Sul foi fundada em 29 de setembro de 1994. Contava com pouco mais de 30 associados. Atualmente, 20 (vinte) anos após sua fundação, possui 73 associados.

A CDL é uma associação civil, sem fins lucrativos e econômicos e sem filiação política, partidária e religiosa. Constituída por profissionais liberais e entidades financeiras, dentre outras e tem por finalidade amparar, defender, orientar, coligar e representar no âmbito territorial de sua atuação os legítimos interesses da entidade e de seus associados. (ESTATUTO, 2013 p.1).

A CDL localiza-se na Rua Natalino Teixeira da Rosa, 75, salas 3 e 4 – Centro, Santa Rosa do Sul/SC. Esta entidade é assistida pela FCDL/SC, que se localiza na Rua Rafael Bandeira, 45 - Centro, Florianópolis/SC. Esta tem a função de coordenar e possibilitar à CDL produtos e serviços para que sejam repassados aos associados. A representatividade da FCDL é estadual, uma vez que possui CDLs em praticamente todos os municípios catarinenses.

Figura 1 - Auditório CDL



(Fonte: Arquivo interno CDL)

Figura 2 - Sala de reuniões



(Fonte: Arquivo interno)

Figura 3 - Recepção CDL



(Fonte: Arquivo interno)

Por tratar-se de uma entidade representativa, a mesma é composta por uma diretoria, que a cada dois anos de mandato, se renova por meio de eleição. São 12 os membros diretores, seguidos hierarquicamente da seguinte forma:

- Presidente
- Vice-presidente
- 1º Financeiro
- 2º Financeiro
- 1º Secretário
- 2º Secretário
- Relações Públicas
- Social
- SPC
- 3 conselheiros fiscais

Cada cargo exerce sua função designada pelo estatuto e de forma voluntária.

## 4 METODOLOGIA

O item abaixo se refere à metodologia apresentada sobre a criação de uma capacitação para o atendimento no varejo para os associados da CDL de Santa Rosa do Sul, localizada na Rua Natalino Teixeira da Rosa, 75, salas 3 e 4 – Centro, Santa Rosa do Sul/SC.

### 4.1 TIPOS DE PESQUISA

Esta pesquisa se classificou da seguinte forma: quanto à natureza, foi básica, pois tratou da criação de uma capacitação para auxiliar o associado em relação ao atendimento. Para Ilca (2001, p.119) “é uma pesquisa com fins práticos, de aplicação, geralmente imediata, dos resultados obtidos para resolução de problemas da realidade”.

Quanto à abordagem, a pesquisa foi qualitativa, uma vez que ela avaliou necessidade do associado e, mostrou os benefícios.

Na pesquisa qualitativa você analisará cada situação a partir de dados descritivos, buscando identificar relações, causas, efeitos, consequências, opiniões, significados, categorias e outros aspectos considerados necessários para a compreensão da realidade estudada e que, geralmente, envolve múltiplos aspectos. (ILCA VIANNA, 2001, p.122).

Quanto aos objetivos, a pesquisa foi descritiva. Para Ilca (2001, p.131) “neste tipo de pesquisa você também deverá utilizar técnicas padronizadas como questionários, entrevistas, observação sistemática e outras, que possibilitem uma efetiva coleta dos dados necessários à descrição”.

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc. A finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto. (LAKATOS, ANDRADE, 2003, p.183).

E quanto aos procedimentos técnicos, foi bibliográfica e de levantamento. A necessidade do associado em capacitar seus funcionários para o atendimento, se deu por meio da interrogação direta ao associado.

## 5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

As prioridades evidenciadas sobre melhorias no atendimento, por meio da interrogação direta com o associado da CDL de Santa Rosa do Sul foram: relacionamento interpessoal, falhas de comunicação e abordagem ao cliente. No varejo associado da CDL de Santa Rosa do Sul, é real a necessidade de melhorias nos itens citados acima, fatores que estão comprometendo a fidelização do cliente, o qual acaba migrando para concorrentes da cidade ou fora dela na maioria das vezes. Para que este cenário mude, é necessário capacitar, treinar, incentivar os funcionários para lidarem com esta deficiência. Portanto, a criação da capacitação conforme anexo é apresentada aos associados como forma essencial para melhorar o atendimento, e para o funcionário, uma maneira de agregar à profissão, um diferencial.

Na proposta, são apresentados os temas onde se evidenciavam as falhas, contendo o conteúdo específico de cada um, para que fique claro o que será abordado com o funcionário. A maneira como a capacitação será realizada com relação a exposição, práticas e dinâmicas de cada assunto.

A metodologia da capacitação para horário integral será por meio de vídeos, dinâmicas grupais, atividades em equipe, e *slides* de teoria a cerca dos assuntos abordados. Para a capacitação noturna, compreendida em 3 noites, será com dinâmicas e *slides* contendo a teoria dos assuntos abordados e finalização por meio de vídeo.

O local apropriado, o auditório, com número mínimo de 15 e máximo de 25 participantes. Os materiais de apoio necessários para a realização da capacitação são caixas de áudio, *data-show*, apostilas.

### 5.1 PROPOSTA



Capacitação sobre atendimento no varejo/ CDL Santa Rosa do Sul

## A BUSCA PELO BOM ATENDIMENTO

Identifique adequadamente o potencial do seu funcionário, por meio da capacitação com ênfase em abordagem ao cliente, comunicação, relacionamento interpessoal. Melhorando o atendimento em sua loja e fidelizando seu cliente.

A necessidade dos associados atualmente é proporcionar ao cliente um atendimento de qualidade, aumentando as vendas, e conseqüentemente, os resultados. Para isso é necessário capacitar seu funcionário para atendimento eficaz. Abordando os temas:

- Relacionamento interpessoal;
- Comunicação;
- Abordagem ao cliente.

Turma com máximo: 20 alunos

Valor por aluno: R\$50,00

Duração da capacitação: 9 horas (integral)

3 horas (noturno/ 3)

Capacitadora: Andreia Bitencourt Valentim

## 6 CONCLUSÃO

Este relatório evidenciou as principais necessidades que os associados, lojistas do varejo da CDL de Santa Rosa do Sul enfrentam nos dias atuais. Foi possível por meio do estágio, elencar estas necessidades, e produzir uma capacitação para a melhoria deste fator: atendimento prestado pelos profissionais do varejo.

A capacitação é ferramenta eficaz, porque irá fazer com que os profissionais entendam que sempre é preciso inovar, se informar, aprender. Para que o associado tenha de fato resultados em fidelização, em manter cliente, em melhorar seus resultados, é necessário estar ligado nestas situações e estar aberto à mudanças. A estratégia de capacitar o funcionário para que haja melhoria no comércio, a fim de mudar o cenário para obter resultados, é interessante aos olhos do associado.

A proposta da capacitação traz diversas maneiras de abordagem do tema atendimento, sendo em prática externa, como cliente oculto, o que irá ajudar no conhecimento por meio da vivência da situação, em vídeos que demonstram inúmeras maneiras corretas ou equivocadas de atender, para que o funcionário possa entender e aprender como agir. A capacitação traz dinâmicas em grupos para o funcionário se auto avaliar como profissional do atendimento, perceber seus erros ou seus deslizes.

O mercado atual exige profissionais bem treinados, aptos para atender de maneira rica, fazendo com que o cliente se sinta a vontade, fique contente em comprar em um local onde é bem tratado e atendido. A capacitação pode mudar o panorama de uma loja onde os funcionários preferem ficar sentados à recepcionar o cliente, pode ainda, deixar o ambiente agradável, confortável. E para o funcionário, todo conhecimento adquirido, enriquece o currículo, o vocabulário, as experiências, tornando-os profissionais diferenciados. O sucesso do negócio está diretamente ligado as pessoas que nele trabalham, os funcionários são peças fundamentais para o crescimento do comércio. Vale e muito a pena investir nas pessoas, pois os resultados poderão ser consequências positivas.

## REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Atendimento ao público nas organizações**: quando o *marketing* de serviços mostra a cara. Brasília, Editora Senac, 2004).

FERRETTI, Edgar. **Relacionamento e fidelização do cliente**. Disponível em: <http://www.varejista.com.br/artigos/atendimento-ao-cliente/970/relacionamento-e-fidelizacao-do-cliente>>. Acesso em: 17 Jun 2014.

FRIEDMAN, Harry J. **Não, obrigado. Estou só olhando!** Grupo Friedman. 2012.

GERSON, Richard F. **A excelência no atendimento a clientes**: mantendo seus clientes por toda a vida: programas eficazes para manter clientes. Tradução de Eduardo Fortuna. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas**: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.

LEITÃO, Sergio Proença. FORTUNATO, Graziela e FREITAS, Angilberto Sabino de. **Relacionamentos interpessoais e emoções nas organizações: uma visão biológica**. Rio de Janeiro, set/out. 2006. Acesso em: 29 de setembro de 2014. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n5/a07v40n5.pdf>>.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003. 183 p.

ORTEGA, Marcelo. **Treinamento**: o remédio para as vendas. Disponível em: <<http://www.varejista.com.br/artigos/recursos-humanos/984/treinamento-o-remedio-para-as-vendas>>. Acesso em: 17 Jun 2014.

VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. **Metodologia do trabalho científico**: um enfoque didático da produção científica. São Paulo: E.P.U., 2001.

<<http://www.contabilidadedf.com.br/qual-importancia-treinamento-e-capacitacao-de-funcionario-em-uma-empresa/>>. Acesso em: 17 Jun 2014.

KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações: o homem rumo ao século XXI**. 2. Ed, São Paulo, 1999.

YETTS, D.E e HYTEN, C. **Alto desempenho de equipes de trabalho self-controlado**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1998.

<<http://www.friedman.com.br/artigo/77/T%C3%A9cnicas+de+abordagem+do+cliente>>. Acesso em 29 de set 2014.

**APÊNDICE(S)**

## APÊNDICE A – Proposta de capacitação



### Capacitação sobre atendimento para o varejo CDL Santa Rosa do Sul

#### A BUSCA PELO BOM ATENDIMENTO

Identifique adequadamente o potencial do seu funcionário, por meio da capacitação com ênfase em abordagem ao cliente, comunicação, relacionamento interpessoal. Melhorando o atendimento em sua loja e fidelizando seu cliente.

A necessidade dos associados atualmente é proporcionar ao cliente um atendimento de qualidade, aumentando as vendas, e conseqüentemente, os resultados. Para isso é necessário capacitar seu funcionário para atendimento eficaz. Abordando os temas:

- Relacionamento interpessoal;
- Comunicação;
- Abordagem ao cliente.

Turma com máximo: 20 alunos

Valor por aluno: R\$ 50,00

Duração da capacitação: 9 horas (integral)

3 horas (noturno/ 3)

Capacitadora: Andreia Bitencourt Valentim.