

# Projeto de Melhorias para Atendimento ao Cliente do Auditório da Embrapa Soja

---

FAVARIN, A. M.<sup>1</sup>, GALERANI, G. S. M.<sup>2,1</sup> Universidade Estadual de Londrina – UEL, Rod. Celso Garcia Cid, km 380, CEP 86051-970,<sup>2</sup>Embrapa Soja.

O auditório, nas instituições públicas e privadas, constitui um importante instrumento para a prática do bom atendimento aos clientes internos e externos, demonstrando o conceito da Empresa durante a utilização do espaço. Segundo Teobaldo\*, os veículos de comunicação dirigida aproximativa permitem estabelecer relações pessoais diretas entre a instituição e um público ou segmento de público. (1996, p.121)\*.

A Embrapa Soja possui em suas instalações um auditório relativamente bem-equipado e com capacidade para realização de eventos simultâneos. Entende-se, por isso, que essa oportunidade deva ser aproveitada para a busca da excelência na utilização do local.

O espaço de aproximadamente 648 m<sup>2</sup>, denomina-se inteiramente como “auditório” ou “bloco do auditório”. Existem duas salas para a edição de vídeos e um depósito de equipamentos eletrônicos, conta atualmente com três salas para reuniões, um anfiteatro, comportando desde eventos de pequeno porte como também simpósios, jornadas, *workshops*, reuniões, exposições e mostras. Os eventos internos são maioria, mas muitos eventos externos também se desenvolvem no local.

O Projeto de Melhorias Para Atendimento ao Cliente do Auditório da Embrapa Soja foi desenvolvido tendo em vista que a demanda pela utilização do espaço vem aumentando gradativamente, porém, a forma de atendimento prestado aos usuários não tem sofrido mudanças. Entende-se que deve haver uma evolução no conceito de utilização do espaço, e que essa evolução deva ser precedida de um planejamento, com ações estratégicas que possam transparecer o esforço pela excelência no atendimento e no desenvolvimento de processos de trabalho.

Este trabalho tem como objetivo principal buscar a excelência no atendimento aos usuários do auditório, sistematizando os procedimentos de sua utilização e melhorando processos de trabalho no local. O projeto desenvolveu-se em sete grandes tópicos: Equipamentos e Materiais, Reformas e Adequações Físicas, Novos Serviços, Novos Processos de Trabalho, Sinalização e *Layout*, Divulgação das Atividades e Treinamento.

O primeiro deles refere-se aos Equipamentos e Materiais a serem adquiridos. Grande parte dos equipamentos solicitados foi comprada, tornando a realização dos serviços mais completa e profissional, suprimindo deficiências. Questões básicas como a quantidade insuficiente de jarras para água foram resolvidas. Outra questão resolvida e que melhorou muito a comunicação visual e o conforto de empregados e frequentadores do local refere-se à troca das mesas, cadeiras e estantes da recepção. Os móveis eram antigos e pouco funcionais, agora, com móveis novos, o aspecto do ambiente ficou mais agradável e dinâmico.

No segundo tópico, Reformas e Adequações, um dos maiores benefícios conseguidos, refere-se à criação de uma copa no espaço. A instalação de geladeira e pia possibilitou além do preparo de lanches, armazenamento e resfriamento de produtos, abastecimento de alimentos e água para os eventos.

Refetente aos Novos Serviços, terceiro assunto abordado no projeto, foram considerados a sistematização dos processos de trabalho, o acolhimento aos clientes e a comunicação com os diversos públicos do auditório. Foram indicados e implantados: formulários para solicitar serviços de limpeza, café e empréstimo de equipamentos; mural informativo divulgando a programação do espaço; mural de recados e mais um ramal telefônico, já que antigamente, havia apenas um ramal e isso prejudicava o atendimento aos clientes e o agendamento de eventos e reuniões.

O quarto tópico preocupou-se com a questão dos Novos Processos de Trabalho da equipe do auditório. Atento à sistematização e estabelecimento de métodos de trabalho, este projeto sugeriu e foi implementada, por exem-

plo, a reformulação do livro para controle de reserva de salas e anfiteatro do auditório, deixando claro os campos que deveriam ser preenchidos.

Novos *Layout* e Sinalização foram abordados com grande atenção no quinto item, visto que o seu descaso pode prejudicar a imagem de uma instituição – conceito negativo. Os adesivos das portas com o dizer “entre” eram muito antigos e foram trocados, bem como os adesivos indicativos do conteúdo das garrafas térmicas portando “café” e “chá”. O projeto prevê maior número de placas indicativas, como de identificação do auditório e de ocupação das salas. As medidas já adotadas e as que estão para acontecer visam melhorar a sinalização e a quantidade de informações visuais no local.

O sexto tópico é referente à importância da Divulgação das atividades do auditório para o público interno. O espaço recebe cerca de 8.000 visitantes por ano, porém, o trabalho de divulgação de suas atividades não era sistematizado. Foi sugerida e implantada, para exemplificar, a divulgação diária das atividades por meio do jornal interno *Em Dia* – veículo de comunicação dirigida mais lido pelo público interno – e divulgação da agenda semanal das atividades do auditório nos murais da unidade.

Sendo uma necessidade apontada na sondagem de opinião realizada em outubro de 2006 com os principais usuários do auditório do mesmo ano, o Treinamento é o sétimo e último item no projeto. Os resultados de pesquisa apresentam as informações sobre a opinião do público estudado, contribuindo para o estabelecimento de planos, programas e projetos de comunicação. Como explica Kunsch, “a pesquisa nos ajuda a buscar respostas para inúmeros questionamentos em relação à audiência (públicos) envolvida em determinado programa às ações comunicacionais (mensagens, canais, receptores) e a averiguar as expectativas dos públicos de forma científica e correta” (2003, p. 279).

Sugestões foram feitas para que os atendentes do auditório ofereçam um serviço padronizado, com o conhecimento dos recursos audiovisuais e pequenas instruções da língua inglesa, pois há visitas esporádicas de clientes internacionais. Esse item ainda não foi colocado em prática e quando implementado, permitirá um atendimento de forma profissional.

Como guia para as funções operacionais foi confeccionado o Procedimento Operacional Padrão (POP) que indica as ações necessárias ao bom funcionamento do auditório, incluindo formas de atendimento e utilização de recursos audiovisuais. O POP é um requisito em certificações de normas de qualidade. Confere-se essa exigência na certificação ISO 9001, no item C do artigo 4.2.1, orientando que os procedimentos de trabalho precisam ser documentados. Isso acontece para garantir a qualidade pelo padrão na realização do mesmo trabalho.

Em dezembro de 2007 será realizada avaliação do atendimento por meio de nova pesquisa junto aos mesmos clientes que responderam ao primeiro levantamento de opinião.

Mesmo sem o resultado da pesquisa final, podemos perceber que grande parte das propostas foi implementada até o momento e trouxeram melhorias. Então, é possível vislumbrar uma avaliação positiva do projeto, uma vez que o ambiente do auditório ficou mais aconchegante para seus clientes, os processos de trabalho foram sistematizados e os veículos de comunicação dirigida da empresa têm tornado públicos os acontecimentos naquele lugar, valorizando este importante e estratégico espaço da Embrapa Soja.

## **Referências**

ANDRADE, C.T.S. **Dicionário profissional de relações públicas e comunicação e glossário de termos anglo-americanos**. 2.ed. São Paulo: Summus, 1996.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, M.M.K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.