



Prefeitura de Itajobi

Curso:

Aprimoramento e humanização
no atendimento ao público

Maio/2014





Prefeitura de Itajobi

APRIMORAMENTO E HUMANIZAÇÃO NO ATENDIMENTO AO PÚBLICO
PREFEITURA DE ITAJOBÍ

APRESENTAÇÃO DO PROGRAMA

JUSTIFICATIVA

As atuais coordenadas vigentes no mercado de produtos e serviços vem exigindo, cada vez mais intensamente, a modernização e ao mesmo tempo a humanização das ações dos profissionais que trabalham diretamente junto ao público.

OBJETIVO GERAL

Aprimorar os servidores nas competências ideais para o atendimento de qualidade ao público, visando instrumentalizar e promover uma autoavaliação quanto às competências necessárias para essa atividade, bem como fortalecer o novo conceito de atendimento no serviço público e a valorização de quem atende

CONTEÚDOS

- Características e Finalidades do Serviço Público;
- Componentes e Importância do Papel e da Motivação do Servidor Público;
- Diferença entre produto e serviços
- Alguns Princípios da Qualidade e sua Aplicabilidade no Atendimento;
- Quem são os “Clientes” do Serviço Público;
- O que é Atender;
- O atendimento humanizado e as competências necessárias ao atendente;
 - o Percepção; comunicação; assertividade; empatia; equilíbrio emocional, escuta; postura; apresentação pessoal; condução e eficiência
- Domínio de Situações e Condução do Clima do Atendimento;
- Posturas mais Adequadas na Relação de Atendimento.

Responsável pelo curso: Nanci F. Gomes





Prefeitura de Itajobi

**Gente olha pro céu
Gente quer saber o um
Gente é o lugar
De se perguntar o um
(...)
Gente é muito bom
Gente dever ser bom
Tem que se cuidar
De se respeitar o bom
(...)
Gente quer comer
Gente quer ser feliz
Gente quer respirar ar pelo nariz**

**Não meu nego não traia essa força não
Essa força que mora em seu coração
Gente lavando roupa amassando pão
Gente pobre arrancando a vida com a mão**

**No coração da mata gente quer prosseguir
Quer durar quer crescer, gente quer luzir
(...)
Se as estrelas são tantas, só mesmo amor
Mauricio, Lucila, Gildásio, Ivonete, Agripino,
Gracinha, Zezé
Gente espelho da vida doce mistério.**

**Gente
Caetano Veloso**





Prefeitura de Itajobi

DIFERENÇA ENTRE PRODUTOS E SERVIÇOS

Produto é o que o cliente obtém. Ex.: carro, casa roupas, etc. ...Serviço é como o cliente obtém, envolvendo os momentos de antes, durante e depois da compra. Portanto, atendimento ao cliente é uma prestação de serviços e ele a experimenta em situações de linha de frente, através de contatos diretos com os fornecedores.

Quadro demonstrativo:

CARACTERÍSTICAS	
PRODUTOS	SERVIÇOS
Um objeto, uma coisa	Uma experiência
Tangível	Intangível
Habilidades Técnicas	Habilidades Humanas
Igual para todos	Personalizado
Concreto	Abstrato
Relação direta do cliente	Relação intermediada pelo atendente
Relação Duradoura	Relação momentânea
Interação posterior	Interação instantânea
Qualidade controlada na produção	Qualidade medida nos processos
Pode ser estocado, é usado	Não pode ser estocado. É lembrado
Visível por todos	Visível para quem usufrui
Pode ser em série	Entrega individualizada
Pouca influência do ser humano, envolve tecnologia e lógica	Alta dependência do ser humano, envolve a afetividade e emoções





Prefeitura de Itajobi



EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE QUALIDADE



MOMENTO I

O Conceito de Qualidade estava associado ao controle de Qualidade na produção e ao uso da inspeção de produtos acabados.

MOMENTO II

O Conceito de Qualidade evolui do localizado controle para a ação de garantia de Qualidade quando se passa a entender que é fundamental ter Qualidade desde a fase do projeto de um produto, passando pela Qualidade dos fornecedores, da matéria-prima, das equipes e dos diversos fluxos da organização: dinheiro, informações e produção.

MOMENTO III

O Conceito evolui mais ainda, incorporando principalmente a idéia da Qualidade percebida pelo cliente, isto é, não existe produto de Qualidade se ele não atende ao mercado.

MOMENTO IV

Finalmente o conceito evolui para Qualidade total, caracterizada pela busca do aperfeiçoamento constante, pelo cuidado com os detalhes (no geral as atividades são muito parecidas, o que diferenciam são os detalhes, principalmente oferecidos no atendimento), pela administração participativa, pelo comprometimento da alta administração, pela não-aceitação do erro, pela cooperação de todas as áreas da organização, pelo enfoque total do cliente e pelo compromisso de fazer certo na primeira vez.

“TENDE MOVER O MUNDO - O PRIMEIRO PASSO SERÁ MOVER A SI MESMO”

Platão

A busca de Qualidade implica uma decisão pessoal de querer Qualidade, com reflexos no grau de cidadania de cada um de nós. Tudo depende da decisão e da vontade de cada pessoa de construir um grande país.

O desenvolvimento da Qualidade nas organizações é o tema central da década de 90. Tudo começa com a pergunta-chave:

Para que serve uma organização?

Na tentativa de responder a esta pergunta, chegamos **ao usuário, cliente ou freguês** que detêm a coisa mais importante, que é necessidade que determina a razão social da organização.





Prefeitura de Itajobi

A razão da existência de uma organização é atender à necessidade de seus usuários com um produto ou serviço de utilidade dentro dos padrões de Tempo (Rapidez, Agilidade), Custo, Qualidade (precisão, durabilidade, apresentação, superior à expectativa, conteúdo, etc.).

Para se obter Qualidade, passa a ser fundamental que a organização seja um espaço de Qualidade e que isso seja caracterizado pela Qualidade das pessoas que trabalham nela e pela Qualidade de suas relações, que é determinada pela capacidade negociadora de suas equipes.

Tudo isso pode ser conseguido se for possível contar com pessoal capaz, motivado, conhecedor da organização e de seus objetivos e voltado para integrar o trabalho de todas as funções em um todo coeso.

Uma pessoa grosseira ao telefone pode negar o trabalho de centenas de pessoas e o dispêndio de milhares de dólares tão certamente como um parafuso fraco pode arruinar um motor de muitos milhões de dólares. Reciprocamente, observa George Odiorne: "Se as pessoas que fazem o trabalho estão envolvidas e desejam melhorar a maneira pela qual as coisas são feitas, podem mostrar-se fontes superiores de melhoramentos".



O CLIENTE

Em primeiro lugar, convém dar alguns sinônimos tão fortes como a própria palavra cliente.

Alguns também o chamam de consumidor (já tem até um código para ele no Brasil...), usuário, freguês, hóspede, avençal, paciente, habitué, público, etc.

A seguir a definição de cliente tirado de literatura aplicada à empresa privada. Veja que, com as devidas considerações, também pode ser aplicado à empresa pública.

Deve-se sempre ter em mente que:

- 1 – Um cliente é a pessoa mais importante em qualquer negócio.
- 2 – Um cliente não depende de nós. Nós é que dependemos dele!!!
- 3 – Um cliente não representa uma interrupção do nosso trabalho. Ele é o próprio propósito do mesmo!!!
- 4 – Um cliente não nos faz favor quando vem até nós. Nós não lhe estamos fazendo nenhum favor pelo fato de estarmos à sua disposição.
- 5 – O cliente é uma parte essencial de qualquer "negócio". Jamais considere o cliente como um intrometido, intruso ou leigo.
- 6 – Um cliente não é apenas dinheiro em caixa. Ele é um ser humano com sentimentos e precisa ser tratado com respeito.
- 7 – Um cliente é merecedor de toda atenção e cortesia que se possa a ele dispensar. Ele é o sangue da vida desse e de qualquer negócio. E ele que paga o seu salário.
- 8 – Sem o cliente nós fecharíamos as nossas portas. Nunca esqueça isto!!!





Prefeitura de Itajobi

Expandindo-se a definição de cliente, o conceito de qualidade e a contribuição possível de cada pessoa tornam-se muito claros. O cliente não é apenas a última pessoa ou empresa que, de fato, compra e/ou usa o produto ou serviço da empresa; o cliente é qualquer um a quem um indivíduo fornece informação, produto ou serviço, podendo ser um CLIENTE FINAL, INTERMEDIÁRIO ou um CLIENTE INTERNO. O cliente sempre tem uma razão. Cabe ao atendente buscar conhecer a razão do cliente.

O principal cliente de um determinado trabalhador poder ser a pessoa da mesa ao lado ou do posto de trabalho seguinte. Os clientes finais habitam o mundo exterior, mas o cliente a cujo respeito o funcionário pode fazer algo, aqueles de quem pode receber feedback imediato, podem estar sob o mesmo teto que ele.

Com esta visão, os conceitos de Qualidade tornam-se ferramentas úteis. Cada unidade ou pessoa pode literalmente perguntar aos seus clientes como está se saindo. Este questionamento pode evoluir para uma preocupação a respeito de qualidade, a respeito de se fazer tudo com a perícia que for possível.

O fornecedor de uma pessoa pode ser cliente de outra. Juran propõe que cada pessoa dentro de uma organização é um usuário, um processador e um fornecedor. Cada um é usuário ou cliente pelo fato de receber um produto, serviço ou informação, em algum estágio incompleto de desenvolvimento. O papel de processador pode ser assumido ao se provocar alguma mudança física, pelo ajuste de alguns dados ou pela adição de uma opinião valorizada. Tendo completado o processamento (um ato que pode levar segundos ou semanas), o chapéu de fornecedor é colocado e o produto, serviço ou informação é passado adiante para um novo usuário ou cliente. Para que haja sucesso, os padrões variáveis de todos os clientes devem ser atendidos.



O QUE É ATENDIMENTO?

Atendimento ao Cliente:

Relação interpessoal que envolve o funcionário de uma área de determinada organização e o destinatário de produtos, idéias ou serviços desta organização, durante todo o processo de recepção, encaminhamento e acompanhamento do “cliente”.

Atendimento:





Prefeitura de Itajobi

Está diretamente ligado às finalidades da organização, o que ela pode ou não oferecer e/ou realizar. Para haver o atendimento o funcionário depende da Organização.

Tratamento:

É a maneira como o funcionário se dirige ao cliente, como estabelece a relação, orientando-o e conquistando simpatia. Depende exclusivamente do funcionário.

IMPORTANTE:

O cliente pode ser bem tratado mesmo não tendo sido atendido em suas necessidades.

REFLEXOS DO ATENDIMENTO/TRATAMENTO

Reclamação PESSOAL do atendimento: CLIENTE INSATISFEITO

96%	Não reclamam diretamente ao atendente.
90%	Comentam, em média, para 9 pessoas.
13%	Comentam para, pelo menos, 20 pessoas.

Um atendente que em um mês tem atendido 10 pessoas insatisfatoriamente:

- 1 pessoa vai dizer diretamente a ele.
- 9 não vão dizer nada ao atendente.
- 8 deles comentarão para mais (+) 9 pessoas.
- 1 comentará para mais (+) 20 pessoas.

(Imagine agora com os recursos que temos pela internet e pelo celular!)

Resultado: 102 pessoas terão má imagem de quem atendeu.





Prefeitura de Itajobi

PESSOAS É QUE FAZEM A DIFERENÇA!

Cada um de nós é responsável pela qualidade. Por isso:
Qualidade é uma coisa essencialmente pessoal.

Quando falamos em prestação de serviços, falamos em pessoas, na forma como cada um é capaz de tratar o cliente!

Portanto, dicas de comportamento, postura, como tratar o cliente, são sempre bem vindas, principalmente porque vivemos a era do Serviço.

Uma boa imagem da empresa é fundamental, para isso, devemos estar atentos ao nosso próprio jeito de ser, nossos conhecimentos, habilidades e atitudes.



FÓRMULA DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE

$$\text{Satisfação} = \frac{\text{Percepção}}{\text{Expectativa}}$$

A satisfação do cliente pode ser analisada através da relação acima, ou seja, a satisfação é igual à percepção sobre a expectativa, ou seja:

A satisfação de cliente é uma relação entre o que ele viu (percebeu) e o que ele esperava ver (expectativa)

CONSEQÜÊNCIAS DESSA RELAÇÃO:

- Quanto maior for a expectativa (visão prévia do nível de serviço) maior será também a possibilidade do cliente se frustrar, portanto, de ficar insatisfeito.
- Quanto maior a percepção (percepção positiva) do cliente, maior também será a possibilidade do cliente ficar satisfeito.

OU AINDA PODEMOS DIZER QUE:

- A satisfação do cliente é diretamente proporcional à sua percepção, ou seja, quanto maior a percepção, maior será a satisfação do cliente.
- A satisfação do cliente é inversamente proporcional à sua expectativa, ou seja, quanto maior a expectativa, maior a possibilidade do cliente ficar insatisfeito ou frustrado.





Prefeitura de Itajobi

ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS

EXERCÍCIO

Regras:

- 1- Seja extremamente fiel à sua consciência
- 2- Responda cada questão de acordo com sua experiência e percepção pessoal
- 3- Dê uma nota de 0 a 10 para o nível de qualidade de serviços de cada segmento perguntado
- 4- Só leia a próxima questão após por a nota da questão anterior
- 5- Responda no formulário abaixo

QUESTAO	NOTA
1- Na sua opinião, qual é o nível de qualidade em serviços, de modo geral, prestada no Brasil?	
2- E o nível da qualidade em serviços prestada por sua organização aos clientes?	
3- E quanto ao seu departamento/setor no qual você trabalha dentro da organização, qual o nível da qualidade em serviços prestada por ele aos clientes internos e externos?	
4- Finalmente, qual a nota que você dá a si próprio, na condição de prestador de serviços internos e/ou externos à empresa?	

Agora você está sendo convidado para uma reflexão pessoal:

Qual a maior nota?

() Minha () Brasil

A seqüência das notas, de menor para a maior, por acaso foi Brasil, empresa, departamento/setor e, por fim a maior entre todas foi a sua?

() Sim () Não

Se o departamento/setor é formado por gente como você, se a empresa é formada por departamentos como o seu, se o Brasil é formado por empresas tipo a sua, como explicar que a nota do Brasil é tão ruim assim?





Prefeitura de Itajobi

Será que você é melhor entre todas as pessoas? Será que ao Brasil, a empresa, o departamento/setor é ou está assim, por responsabilidade exclusiva dos outros?

A isto denominamos: A terceirização da culpa ou seja, a **Síndrome de Nóe**

Características do atendente Componentes do Perfil do Atendente Ideal

1- PERCEPÇÃO E AUTO PERCEPÇÃO

A *sensação* e a *percepção* são os determinantes mais importantes do como e o porquê a pessoa assume e mantém certas formas de comportamento/atitude.

- **Sensação** - Estímulo físico dos sentidos: visão, olfato, audição, paladar e tato
- **Percepção**: Como *interpretamos* as mensagens de nossos órgãos do sentido. É uma variável interventora que influencia o processo de motivação e reação.

A percepção pode sofrer influência das limitações fisiológicas e restrições culturais. Os dados coletados por nossos órgãos do sentido são processados e interpretados de um modo congruente com nossos valores, crenças e atitudes, moldados pela cultura e ambiente.

Contamos com processo interno para *selecionar e organizar* todos os dados e estímulos auditivos e visuais, ocorrendo tanto no nível básico da consciência ou no nível básico abaixo do nível da consciência.

Um Exemplo que comprova como nossa percepção organiza os estímulos dos órgãos dos sentidos, podendo influenciar em diferentes formas de perceber e interpretar as mensagens é o conhecido fenômeno *Figura-fundo*:





Prefeitura de Itajobi

Tendemos a organizar os dados de maneira a minimizar as diferenças e mudanças, preservando a sua unidade e integridade. Esse fenômeno pode influenciar na nossa tendência a perceber configurações, mesmo que o elemento individual não mantém qualquer relação com o composto que vemos ou ouvimos.

Em relações sociais muitas vezes não vemos ou ouvimos diversos sinais por diversos “ruídos” em torno de nós. (vimos e ouvimos o que queremos ou podemos ouvir e ver).

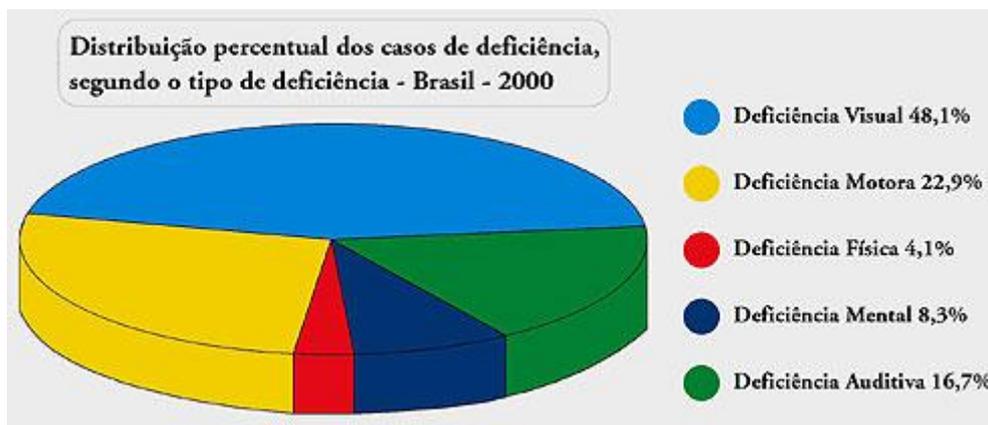
Distorção Perceptiva

- **Estereotipagem:** usar impressão padronizada de um grupo na avaliação de um indivíduo (imagem pré concebida)
- **Efeito Halo:** Uma característica de um indivíduo ou grupo encubra todas as outras demais, e prevalece sobre elas num julgamento (propaganda com atores)
- **Expectativa:** A percepção social é prontamente influenciada por ela

É IMPORTANTE QUE OS ATENDENTES COMPREENDAM QUE A PERCEPÇÃO, AS DISTRORÇOES PERCEPTIVAS E AS DIFERENÇAS INDIVIDUAIS SÃO UTILIZADAS E AFETAM A RELAÇÃO ESTABELECIDADA NO ATENDIMENTO, PODENDO DISTORCER O QUE VÊ, A FORMA COMO ATENDE, BEM COMO A FORMA DE PERCEBER A SI MESMO.

ATENDIMENTO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E TRATAMENTO PREFERENCIAL

Introdução



A Organização Mundial da Saúde estima que a existência de pessoas portadoras de deficiência superem a casa dos 600 milhões. No Brasil, de acordo com o Censo realizado pelo IBGE em 2000, há 24,5 milhões de pessoas portadoras de deficiência, ou seja, 14,5% da população. Desse total, cerca de 48% tem algum tipo de deficiência visual (16.644.842 pessoas); 22%





Prefeitura de Itajobi

deficiência motora (7.939.784 pessoas); 4% deficiência física (1.416.060 pessoas); 9% deficiência mental (2.844.936 pessoas); 17% deficiência auditiva (5.735.099 pessoas)

Durante séculos essas pessoas ficaram excluídas do convívio social. Nas últimas décadas foram quebrados vários paradigmas em relação a essa população. Vários países passaram a ter políticas públicas para inserir essas pessoas ao convívio social, seja possibilitando acesso físico a cidade, ao transporte, escola, trabalho, etc.

No Brasil também passamos por essas evoluções no processo de inclusão desses brasileiros. Passamos a ter legislações que garantam prioridade no atendimento, nos transportes, nas cidades, na educação, nos serviços públicos, na lei de cotas, etc. e a tecnologia tem ajudado muito trazendo soluções para possibilitar comunicação, deslocamentos, etc. Várias barreiras estão sendo derrubadas pelo avanço inclusivo desses cidadãos.

Mas a grande barreira a ser rompida está nas nossas mãos: A BARREIRA COMPORTAMENTAL, sim a de relacionamento com esses cidadãos- clientes, pessoas portadoras de deficiência. Uma recente pesquisa no segmento de serviços, mostrou sim que essas pessoas se percebem que este é o grande entrave na hora do atendimento.

Precisamos lembrar que uma grande característica do ser humano está exatamente nas diferenças. Somos loiros, castanhos, claro, médio, acinzentado, escuro, com alguns fios de cabelos brancos, com muitos ou até castanho desbotado, esverdeado pela água do cloro da piscina enfim para todas as cores temos infinitas possibilidades de variações. Assim também são as nossas diferenças nos nossos dentes, nas nossas habilidades físicas e intelectuais, etc.

DICAS BÁSICAS DE RELACIONAMENTO PARA ATENDIMENTO DE PESSOAS PORTADORAS DE DEFICIÊNCIA

Já temos claro que todos somos diferentes. Temos que ter claro também que no universo das deficiências isso também é quase infundável. É esta a diversidade humana.

O termo pessoa portadora de deficiência, hoje é o mais adequado, pois ele não trás uma conotação pejorativa de qualquer outro termo que nós possamos conhecer anteriormente, além de deixar claro que antes de qualquer qualificação temos uma pessoa.

Falamos ainda a pouco que temos quase 25 milhões de brasileiros portadores de deficiência, se a família média é de 4 pessoas, teremos quase 100 milhões de brasileiros com proximidade a esse assunto, devemos entender que é muito mais comum esse assunto do que futebol?

Muitas pessoas sem deficiências ficam inseguras e confusas em lidar com pessoas portadoras de deficiência, lembre-se o medo de errar poderá bloquear uma informação importante para você interagir no atendimento de forma cooperativa e integrada.

Agir com naturalidade

Primeiro você precisa ter claro que ali está uma pessoa como qualquer outra, com direitos e deveres como qualquer cidadão. Não a trate como se estivesse doente. Caso aconteça alguma situação embaraçosa, não tenha dúvidas, lide com delicadeza, sinceridade e bom humor.

Olho no olho – dignidade

Não tente ignorar que ali está uma pessoa portadoras deficiência, seria parecido como ignorar o sexo de uma pessoa. Mas fazer perguntas pessoais sobre a deficiência seria inconveniente.





Prefeitura de Itajobi

Fale diretamente

Fale sempre diretamente com a pessoa portadora de deficiência, mesmo que ela esteja acompanhada por interprete ou acompanhante. Ela é que está sendo atendida.

Ajuda

Lembre-se toda vez que você for oferecer ajuda, espere que ela consinta, para depois poder ajudar. Peça para te orientar como ajudar. Caso a ajuda não for aceita, não se ofenda, pois nem sempre uma pessoa portadora de deficiência precisa de auxílio.

Compreensão

Colocar-se no “lugar do outro”, compreendendo suas dificuldades é a solução para termos a comunicação para um bom atendimento.

ORIENTAÇÕES BÁSICAS PARA ATENDIMENTO DE PESSOAS PORTADORA DE DEFICIÊNCIA VISUAL

Primeiro identifique-se e faça-a perceber que você está falando com ela. Pergunte se a pessoa precisa de ajuda e como você pode auxiliá-la.

Converse naturalmente, sendo que se for para orientar um caminho seja o mais claro possível, ande o máximo possível em linha reta, avise com antecedência a presença de escadas, e descreva sobe ou desce, primeiro degrau, último.

Fique a vontade para usar palavras como olhe ou veja, nem você nem a pessoa portadora de deficiência visual pode substituí-las, não existem outras.

Saiba que para guiar uma pessoa portadora de deficiência visual, devemos disponibilizar o nosso braço para que ela com o movimento do nosso corpo acompanhe o caminho que temos a fazer, nunca a puxe pelo braço. Caso precise passar por algum lugar estreito, ponha seu braço para trás para que ela possa segui-lo.

Para fazer a pessoa sentar, guie-a até a cadeira e coloque a mão dela no braço ou encosto da cadeira, e deixe que a pessoa sente-se sozinha. Se por algum motivo você precisar se retirar do atendimento como, por exemplo, para consultar uma outra pessoa avise o seu cliente.

Lembre-se – caso a pessoa estiver acompanhada por um cão-guia, ela tem o direito por lei de ter acesso ao serviço acompanhada pelo cão. O cão-guia nunca deve ser distraído do seu dever de guia.

Ambiente – o espaço para uso da pessoa com deficiência visual deverá sempre estar organizado, não oferecendo obstáculos na circulação.

ORIENTAÇÕES BÁSICAS PARA ATENDIMENTO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA FÍSICA

Sempre pergunte à pessoa se ela necessita de auxílio e como você pode ajudá-la. Caso haja obstáculos facilite a locomoção.

Caso essa pessoa seja usuária de cadeiras de rodas, muletas, com ou sem aparelhos ortopédicos ou próteses tenha o cuidado de oferecer o quanto antes condições para que ela esteja confortavelmente acomodada. Lembre-se que independentemente do equipamento ele é um prolongamento do corpo dessa pessoa.





Prefeitura de Itajobi

Não se esqueça – apoiar-se ou encostar-se em qualquer equipamento sem o consentimento do usuário, pode ser considerada uma atitude de invasão, além de poder causar desequilíbrio.

Se o usuário de cadeira de rodas solicitar ajuda para que você conduza a cadeira tenha cuidado redobrado. Ao guiar uma pessoa em cadeira de rodas escolha um caminho com menos obstáculos. Preste atenção para não esbarrar em outras pessoas ou possíveis objetos pelo trajeto. Tente aproximar ao máximo a pessoa à mesa que será atendido, tendo o cuidado de lembrar-se dos pés e que deverá ficar em condições de conversar com você olhando nos seus olhos.

Havendo algum desnível do tipo degrau ou rampa, faça-o de marcha-ré, dessa forma será muito mais seguro, não colocando a pessoa em risco de cair.

Não se acanhe em usar as palavras correr ou andar. As pessoas portadoras de deficiência física também empregam essas palavras.

Na situação de acompanhar, andando ao lado, de uma pessoa com qualquer alteração física, respeite o ritmo da pessoa.

ORIENTAÇÕES BÁSICAS PARA ATENDIMENTO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA

(Caso não haja atendentes capacitados em Libras - Decreto lei 5296/ 2004)

Fale de frente para a pessoa, deixando o mais visível sua boca e expressões faciais.

Facilite para que haja leitura labial e seja expressivo ao falar. Evite ficar contra a luz, isso comprometeria a visibilidade do rosto, comprometendo a comunicação.

Fale em tom normal de voz, de forma bem articulada, distinguindo bem palavra por palavra. Isso ajudará muito à comunicação. Fale com expressão.

Evite movimentar o rosto enquanto fala, o movimento compromete muito à leitura labial, por exemplo, olhar para o monitor.

Se você souber alguma coisa da linguagem de sinais tente usar. Se a pessoa portadora de deficiência auditiva não entender, ela avisará. Lembre-se de que seu objetivo é a comunicação. Só fale mais alto se for solicitado pelo cliente, caso contrário use o seu tom normal.

Se ainda assim houver dificuldades de comunicação tente se comunicar através de bilhetes.

Mesmo o cliente estando acompanhado de um intérprete de Libras direcione a comunicação para o cliente e não para o intérprete.

Grande parte dos surdos, não são mudos, portanto ao ouvir respostas da conversa e tiver dificuldade de entender, não se acanhe e peça para que ela repita o que disse.

ORIENTAÇÕES BÁSICAS PARA ATENDIMENTO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA MENTAL

Lembre-se sempre que todas as deficiências possuem diferenças nos tipos e nos graus de deficiência, portanto nunca julgue a capacidade de uma pessoa portadora de deficiência. Ela poderá ter um ritmo diferente do meu, do seu, então respeitaremos o ritmo dela.

Não a trate como se fosse criança, se ela for jovem trate-a como jovem, se ela for idosa trate-a como idosa.





Prefeitura de Itajobi

Ajude somente se for solicitado. Tendo que orientá-la para qualquer desdobramento do atendimento, fale item a item um de cada vez, com calma e tranquilidade.

(Fonte IBGE – Total da população – 24.5 milhões de brasileiros)

Para pessoas com deficiências, atendimento com qualidade significa:

- ✓ atender, olho no olho
- ✓ relação de familiaridade com as dificuldades de acessibilidade
- ✓ relação de familiaridade com os funcionários
- ✓ mais eficácia no contato com alguns tipos de deficiência, como a auditiva.

ORIENTAÇÕES GERAIS PARA ATENDIMENTO DE PESSOAS IDOSAS

Importante lembrar que o atendimento prioritário ao idoso está garantido pela Lei 10 048, pelo Estatuto do Idoso, e pelo Decreto lei 5296, sendo que a idade que antes era estabelecida como 65 anos pela Lei 10048 passou a partir de 1 de outubro de 2003 a ser de 60 anos. Todo atendimento preferencial não significa termos pontos de atendimento exclusivos, mas sim termos um atendimento mais rápido e com condições de conforto, tais como a existência de assentos para eventual espera e facilidades de acessos aos prédios e aos banheiros.

O idoso não pode ser discriminado, qualquer que seja a sua idade, principalmente porque existem muitos brasileiros idosos que participam do mercado de trabalho.

Tenha sempre claro que nem todos idosos têm limitações, nem todos necessitam de ajuda. Lembrem-se, todos nós seremos idosos um dia, portanto, tenha paciência e trate-os com respeito.



A MARCA QUE VOCÊ DEIXA NAS PESSOAS

Quando eu era criança, bem novinho, meu pai comprou o primeiro telefone da nossa vizinhança. Eu ainda me lembro daquele aparelho preto e brilhante que ficava na cômoda da sala. Eu era muito pequeno para alcançar o telefone, mas ficava ouvindo fascinado enquanto minha mãe falava com alguém.

Então, um dia eu descobri que dentro daquele objeto maravilhoso morava uma pessoa legal. O nome dela era "Uma informação, por favor" e não havia nada que ela não soubesse. "Uma informação, por favor" poderia fornecer qualquer número de telefone e até a hora certa.

Minha primeira experiência pessoal com esse gênio-na-garrafa veio num dia em que minha mãe estava fora, na casa de um vizinho. Eu estava na garagem mexendo na caixa de ferramentas quando bati em meu dedo com um martelo. A dor era terrível mas não havia motivo para chorar, uma vez que não tinha ninguém em casa para me oferecer a sua simpatia. Eu andava pela casa, chupando o dedo dolorido até que pensei: O telefone! Rapidamente fui até o





Prefeitura de Itajobi

porão, peguei uma pequena escada que coloquei em frente a cômoda da sala. Subi na escada, tirei o fone do gancho e segurei contra o ouvido. Alguém atendeu e eu disse:

"Uma informação, por favor".

Ouvi uns dois ou três cliques e uma voz suave e nítida falou em meu ouvido.-
"Informações."

- "Eu machuquei meu dedo...", disse, e as lágrimas vieram facilmente, agora que eu tinha audiência.

- "A sua mãe não está em casa?", ela perguntou.

- "Não tem ninguém aqui...", eu soluçava.

- "Está sangrando?"

- "Não", respondi.

- "Eu machuquei o dedo com o martelo, mas tá doendo..."

- "Você consegue abrir o congelador?", ela perguntou.

- Eu respondi que sim.

- "Então pegue um cubo de gelo e passe no seu dedo", disse a voz.

Depois daquele dia, eu ligava para "Uma informação, por favor" por qualquer motivo. Ela me ajudou com as minhas dúvidas de geografia e me ensinou onde ficava a Philadelphia. Ela me ajudou com os exercícios de matemática. Ela me ensinou que o pequeno esquilo que eu trouxe do bosque deveria comer nozes e frutinhas.

Então, um dia, Petey, meu canário, morreu. Eu liguei para "Uma informação, por favor" e contei o ocorrido. Ela escutou e começou a falar aquelas coisas que se dizem para uma criança que está crescendo. Mas eu estava inconsolável. Eu perguntava:

- "Por que é que os passarinhos cantam tão lindamente e trazem tanta alegria pra gente para, no fim, acabar como um monte de penas no fundo de uma gaiola?"

Ela deve ter compreendido a minha preocupação, porque acrescentou mansamente:

- "Paul, sempre lembre que existem outros mundos onde a gente pode cantar também..."

De alguma maneira, depois disso eu me senti melhor. No outro dia, lá estava eu de novo.

- "Informações.", disse a voz já tão familiar.

- "Você sabe como se escreve 'exceção'?"

Tudo isso aconteceu na minha cidade natal ao norte do Pacífico. Quando eu tinha 9 anos, nós nos mudamos para Boston. Eu sentia muita falta da minha amiga. "Uma informação, por favor" pertencia aquele velho aparelho telefônico preto e eu não sentia nenhuma atração pelo nosso novo aparelho telefônico branquinho que ficava na nova cômoda na nova sala.

Conforme eu crescia, as lembranças daquelas conversas infantis nunca saíam da minha memória. Frequentemente, em momentos de dúvida ou perplexidade, eu tentava recuperar o sentimento calmo de segurança que eu tinha naquele tempo.

Hoje eu entendo como ela era paciente, compreensiva e gentil ao perder tempo atendendo as ligações de um menininho.

Alguns anos depois, quando estava indo para a faculdade, meu avião teve uma escala em Seattle. Eu teria mais ou menos meia hora entre os dois vôos. Falei ao telefone com minha irmã, que morava lá, por 15 minutos. Então, sem nem mesmo sentir que estava fazendo isso, disquei o número da operadora daquela minha cidade natal e pedi:

- "Uma informação, por favor."

Como num milagre, eu ouvi a mesma voz doce e clara que conhecia tão bem, dizendo:

- "Informações."





Prefeitura de Itajobi

Eu não tinha planejado isso, mas me peguei perguntando:

- "Você sabe como se escreve 'exceção'?"

Houve uma longa pausa. Então, veio uma resposta suave:

- "Eu acho que o seu dedo já melhorou, Paul."
- Eu ri. "Então, é você mesma!", eu disse.
- "Você não imagina como era importante para mim naquele tempo."
- "Eu imagino", ela disse.
- "E você não sabe o quanto significavam para mim aquelas ligações. Eu não tenho

filhos e ficava esperando todos os dias que você ligasse."

Eu contei para ela o quanto pensei nela todos esses anos e perguntei se poderia visitá-la quando fosse encontrar a minha irmã.

- "É claro!", ela respondeu. "Venha até aqui e chame a Sally."

Três meses depois eu fui a Seattle visitar minha irmã. Quando liguei, uma voz diferente respondeu :

- "Informações."

Eu pedi para chamar a Sally.

- "Você é amigo dela?", a voz perguntou.
- "Sou, um velho amigo. O meu nome é Paul."
- "Eu sinto muito, mas a Sally estava trabalhando aqui apenas meio período porque estava doente. Infelizmente, ela morreu há cinco semanas."

Antes que eu pudesse desligar, a voz perguntou:

- "Espere um pouco. Você disse que o seu nome é Paul"?
- "Sim."

"A Sally deixou uma mensagem para você. Ela escreveu e pediu para eu guardar caso você ligasse. Eu vou ler pra você."

A mensagem dizia: "Diga a ele que eu ainda acredito que existem outros mundos onde a gente pode cantar também. Ele vai entender."

Eu agradei e desliguei. Eu entendi... Nunca subestime a marca que você deixa nas pessoas.

Alcy Marber



O QUE É COMUNICAÇÃO

Para que você seja eficaz em seu trabalho, é necessário que você saiba comunicar-se bem. Vamos discutir um pouco sobre comunicação.

O QUE É COMUNICAÇÃO?

É o processo de transferir informação e compreensão de uma pessoa para outra. Este processo envolve, pelo menos, duas pessoas: a que envia a mensagem (emissor) e a que recebe (receptor).

OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO

O objetivo da comunicação é transmitir mensagens, idéias, ordens, orientações, etc., de modo que o nosso interlocutor a receba de forma completa e inteligível.

IMPORTANCIA DA COMUNICAÇÃO





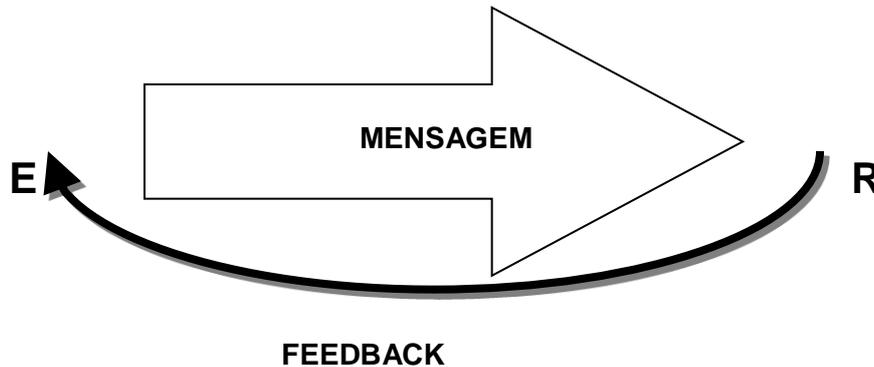
Prefeitura de Itajobi

A comunicação é essencial ao funcionamento da organização. Se não houver transferência de informação, não haverá condições para que as pessoas realizem os seus próprios trabalhos, não sendo possível prestar serviços aos clientes.

CANAIS DA COMUNICAÇÃO

Verbal – Não verbal – Escrita

Esquemáticamente podemos representar o processo da comunicação da seguinte forma:



E = emissor **R** = receptor **Mensagem** = o que se transmite

feedback = retroalimentação (sinal/informação através do qual o emissor constata o efeito de sua mensagem (entendimento, reação, interpretação, etc.)
(= meio/canal (rádio, TV, escrito, etc.)

Nem sempre há uma transmissão e uma recepção perfeita da mensagem, podendo haver falhas nos meios de transmissão, como também ruídos no processo. A comunicação está diretamente ligada à **qualidade do relacionamento** que se estabelece entre as pessoas ou áreas que se comunicam

COMUNICAÇÃO E RELAÇÃO

A EFICIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO ESTÁ NA RELAÇÃO

O ATENDENTE PODE DOMINAR A SITUAÇÃO DE ATENDIMENTO ATRAVÉS DA COMUNICAÇÃO E A FORMA COMO ESTABELECE A RELAÇÃO

- A –** Através da comunicação (verbal, não verbal, escrita) podemos mudar a relação.
- B –** Muda quem tem a condição.
- C –** Para mudar a relação é necessário trazer para ela o que o outro não trouxe.
- D –** O modo da comunicação determina a relação.
- E –** É necessário um exercício de criatividade e flexibilidade.





Prefeitura de Itajobi

F – Não se deixar dominar pelo sentimento do outro.

PROBLEMAS NA LINGUAGEM

CONCORDÂNCIA:

As pessoa, as coisa, os produto, a gente fomos, o chops, os pastel.

PRONÚNCIA:

Menas coisas, poblemas, de menor, mortandela, prá mim vim

REPETIÇÃO COMPULSIVA:

Tá, Né, Sabe, Entende, Assim, No caso, etc.

GÍRIA:

Mó legal, Sem embaço, Da hora, Da um tempo, Se liga, Calma aí, Só.

EXCESSO DE INFORMALIDADE

Fala bem! - Pois não xará - Bom dia querida - Diz aí major!

As cinco frases proibidas

NUNCA DIZER	SUBSTITUIR POR
Não sei não ...	Vou verificar
Não, Não podemos fazer isso ...	Eis o que podemos fazer
Você terá que	É preciso
Só um segundo	Tem condições de esperar? Vou precisar de 1 minuto
Não, no início de uma frase	Ofereça ao invés do não, uma palavra positiva.

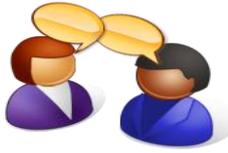
A comunicação e a linguagem se diferenciam de acordo com o nível de tratamento:

NÍVEIS DE TRATAMENTO	CARACTERÍSTICAS
FORMAL:	
INFORMAL:	
ÍNTIMO:	





Prefeitura de Itajobi



ASSERTIVIDADE:

Capacidade de ser afirmativo ao anunciar um fato. Qualidade manifesta pela pessoa que exerce seus direitos sem negar os direitos alheios.

COMPORTAMENTO INDIVIDUAL E ASSERTIVIDADE

Comportamento:▶	SUBMISSO	ASSERTIVO	AGRESSIVO
Características:▶	Supervaloriza os direitos dos outros e despreza os próprios direitos.	Respeita e valoriza os próprios direitos e os direitos dos outros.	Supervaloriza os próprios direitos e despreza os direitos dos outros.
Postura:▶	IMPOTENTE	POTENTE	ONIPOTENTE OU PREPOTENTE
Qual papel que estabelece na relação com os outros ▶	VITIMA		SALVADOR OU PERSEGUIDOR
Como estabelece suas negociações ▶	PERDE - GANHA	GANHA-GANHA	GANHA-PERDE



MOTIVAÇÃO

O que te motiva?? Que sentido tem seu trabalho? Motivado: Diz daquele cujo interesse foi despertado

• **Motivação:**

Ação ou efeito de motivar - Aquele que motiva, explica ou justifica alguma coisa,. força propulsora que ativa e faz uma pessoa persistir em determinado tipo de comportamento; .





Prefeitura de Itajobi

energia oriunda do conjunto de necessidades, aspirações, desejos, desafios, e sensibilidades individuais.

“Motivação e abertura depende do próprio indivíduo encontrar uma razão interna para seu trabalho e que esse signifique vida e não morte.”

PIRÂMIDE DAS NECESSIDADES DE MASLOW



Teoria dos Dois Fatores de Herzberg

Motivadores (satisfação)

Motivam e satisfazem trabalhadores no contexto de trabalho (intrínseco)

Realização, reconhecimento, progresso, responsabilidade, a tarefa em si, possibilidade de crescimento pessoal

Fatores Higiênicos (insatisfação)

Somente podem prevenir a insatisfação com o conteúdo do trabalho (extrínseco). Estão associados com as necessidades de ordem baixa :Salários, status, estabilidade, condições de trabalho, e características da liderança. Criam insatisfação quando ausentes da situação de trabalho



EMPATIA

Conseguir sentir o que o outro está sentindo. Buscar e compreender a razão do comportamento da outra pessoa. Essa qualidade é essencial para aquele que atende pessoas, pois





Prefeitura de Itajobi

facilita compreender as atitudes do atendido e perceber que suas reações não são em relação à pessoa do atendente, mas reflete suas razões internas, cabe ao atendente ter empatia para poder colocar-se no “lugar” do outro e possibilitar o **ENCONTRO**.

O Encontro de que falamos aqui é o que é descrito pelo poeta e terapeuta Moreno. Esse encontro não tem hora marcada, ele é um apelo para a sensibilidade do próximo, para isso precisa-se de um aprimoramento perceptivo.

O encontro, possibilitado pela empatia é descrito da seguinte forma por Moreno:

“ **Um encontro entre dois: olho no olho, cara a cara.**

E quando estiveres próximo tomarei teus olhos

E os colocarei no lugar dos meus,

E tu tomarás meus olhos

E os colocará no lugar dos teus,

Então te olharei com teus olhos

E tu me olharás com os meus.

Assim nosso silêncio se serve até das coisas mais comuns e nosso encontro é meta livre: O lugar indeterminado, em um momento indefinido a palavra ilimitada para o homem cerceado.” Nesta criação poética de Moreno é possível destacar algumas mensagens:

- A disposição e a convocação para a proximidade;
- A proposta de uma vivência plena de troca;
- O empenho na compreensão mútua ;
- A confiança na receptividade do outro;
- A acolhida do silêncio que envolve o acontecimento, do qual até as coisas mais simples parecem tornar-se cúmplices;
- O momento é tempo vivido plenamente, não tem como medi-lo;
- Na experiência de convivência revela que a verdadeira essência humana não tem limite



ÉTICA

Ética: Os fundamentos da Moral

Todo trabalho exige daquele que o exerce uma postura digna, com princípios e valores de respeito e cumprimento das normas, mantendo uma honra ao cargo e firmeza de caráter. No serviço público, além da postura de valorização e respeito ao ser humano, o servidor deve resguardar o interesse público em detrimento ao interesse particular.





Prefeitura de Itajobi

PARA REFLETIR

Os homens criaram a sociedade, com normas e valores a serem respeitados. O homem na sociedade passa a ter compromissos entre os próprios homens, pautados nos valores, crenças, enfim na cultura, construída pelas pessoas e para elas. É a cultura humana, enfim a sociedade, a própria condição de sobrevivência no planeta.

Hoje no Brasil temos a sensação nacional de que nada mais tem valor. Tornamo-nos, todos, homens sem pudor. Não são apenas os marginais organizados em falanges para o que der e vier que se deixam dirigir pela falta de vergonha. Como nos fala Jurandir Freire Costa, “Existe um elo indissolúvel entre o político que rouba, o cidadão que ultraassa o sinal vermelho, e o assaltante que mata”. “Todos deixaram de levar em conta a lei”. Ora, o que é lei se não esta convenção que criamos e mantemos em nome da ética?

O cidadão que estaciona em fila tripla para esperar o filho diante do colégio, age, ainda que em proporções diferentes, com a mesma arrogância delinqüente do marginal que fuzila o caixa de um banco. Ambos atuam munidos da ilusão de que apesar de tudo, irão escapar. Esta desqualificação da ética nos faz viver num país em que as pessoas agem por razões inconfessáveis.

Estamos num país que pensa assim: ou você explora, ou você engana, ou você é calhorda, ou você é desonesto, ou não há saída. Nas instituições usa-se do poder de cargos e postos para dar e levar vantagens.

O que protege as pessoas é o mundo de ideais que ultrapasse o interesse particular e nos faz empenhar a palavra e depois cumpri-la.



APRESENTAÇÃO PESSOAL

A apresentação pessoal é o conceito que o MUNICIPE (Cliente externo) e cliente interno atribui ao profissional. Ela está vinculada a vários aspectos visíveis ao mesmo tempo e , em geral, é avaliada pelo munícipe como um conjunto harmônico ou não.

Esta vai desde a aparência pessoal até os detalhes como material de trabalho (organização, estado de conservação etc), forma de tratamento dispensada e organização do trabalho.

A apresentação pessoal do profissional passa pelos seguintes tópicos:





Prefeitura de Itajobi

HOMENS	MULHERES
<p>Barba bem feita, aqueles que a usam ou mesmo bigode sempre aparados e penteados</p> <p>Cabelos sempre cortados e bem penteados. Se compridos, devidamente presos.</p> <p>Unhas sempre curtas e limpas.</p> <p>Roupas com cores discretas e que combinem entre si. Na dúvida, use cores sóbrias com as tradicionais camisas em cores pasteis.</p> <p>Sapatos sempre engraxados, combinando com o cinto, se usar.</p> <p>Uma coisa importante é o perfume que deve ser discreto para que não incomode o cidadão usuário e os colegas de trabalho.</p> <p>Um aspecto muito importante e nem sempre observado: a limpeza, conservação e higiene dos dentes e o hálito.</p>	<p>Maquiagem discreta, apenas lápis e rímel. Cuidado com base e sombras muito coloridas.</p> <p>Cabelos sempre cortados e bem penteados. Se longos devem ser bem cuidados. E em alguns locais de trabalho recomenda-se estarem presos.</p> <p>Unhas sempre limpas e esmaltadas, preferencialmente, com cores claras.</p> <p>Roupas sempre discretas e com cores que combinem entre si. Na dúvida use cores sóbrias. Cuidado com decotes exagerados.</p> <p>Sapatos sempre engraxados, combinando com o cinto, se for o caso.</p> <p>Uma coisa importante é o perfume que deve ser discreto para que não incomode o cidadão usuário e os colegas de trabalho.</p> <p>Um aspecto muito importante e nem sempre observado: a limpeza, conservação e higiene dos dentes e o hálito.</p>
Atenção para o vencimento do desodorante	Atenção para o vencimento do desodorante





Prefeitura de Itajobi

“ DICAS” PARA LIDAR COM OS DIFERENTES HUMOR DOS CIDADÃOS /CLIENTES

As “dicas” são formas de facilitar a relação que se estabelece entre “o cliente” e o atendente. No entanto, a relação se constitui e flui de maneira harmoniosa, equilibrada e satisfatória para todos os envolvidos no atendimento **se o atendente tiver clareza que:**

- **o atendimento é uma relação;**
- **quem define o clima da relação é o atendente;**
- **o modo da comunicação define a relação;**
- **a empatia deve ser uma competência desenvolvida e espontânea de quem atende;**
- **o atendente precisa gostar de atender e de se relacionar com pessoas.**

Se essas competências estiverem presentes e em permanente desenvolvimento em quem atende, a superação do desafio encontrada no atendimento de diferentes situações e humor dos atendidos será **espontânea e natural.**

Mas vamos às dicas:

O Perguntador

<u>Como identificá – lo</u>	<u>Como tratá-lo</u>
<u>É questionador</u>	<u>Ouvir</u>
<u>Dá a impressão de que deseja atrapalhar.</u>	<u>Sempre que possível, devolver a pergunta.</u>
<u>Parece querer colocar o Atendente em má situação</u>	<u>Manter-se sempre calmo</u>

O do Contra

<u>Como identificá-lo</u>	<u>Como tratá-lo</u>
<u>Está sempre irritado</u>	<u>Acalmá-lo, entendendo seus motivos.</u>
<u>Não aceita opiniões alheias</u>	<u>Dar-lhe a sensação de que as soluções partiram dele</u>
<u>Quer sempre discutir</u>	<u>Manter a calma e evitar atritos</u>
<u>Faz objeções fúteis</u>	<u>Dar-lhe prestígio, sem exageros</u>
<u>Geralmente tem problemas pessoais</u>	<u>Compreender seu descontrole - empatia</u>

O Teimoso

<u>Como identificá – lo</u>	<u>Como tratá-lo</u>
<u>Tem idéias fixas</u>	<u>Use seus argumentos para convencê-lo</u>
<u>Não cede</u>	<u>Mantenha a calma.</u>
<u>Não quer aprender nada com os outros</u>	<u>Mostre-lhe o ponto de vista da maioria.</u>





Prefeitura de Itajobi

O Agressivo ou Briguento

<u>Como identificá – lo</u>	<u>Como tratá-lo</u>
<u>Parece gostar de agredir seu interlocutor</u>	<u>Evite atritos, mantenha a calma e o ouça.</u> <u>Não use o mesmo tom de voz</u>
<u>Não hesita em expor sua opiniões</u>	<u>Use suas palavras para convencê-lo</u>
<u>Não tem paciência para ouvir, discute por qualquer coisa.</u>	<u>Mostre compreensão e tenha sensibilidade para descobrir o motivo de sua agressividade e tente minimizá-la</u>
<u>Não tem paciência para ouvir</u>	<u>Seja cortês sem ser bajulador ou subserviente</u>
<u>Acha que sempre tem razão</u>	<u>Saiba ouvi-lo e mantenha a calma e a cortesia.</u>

O Desconfiado

<u>Como identificá – lo</u>	<u>Como tratá-lo</u>
<u>Fica na defensiva, tem medo de ser enganado</u>	<u>Apresente sua idéia detalhadamente</u>
<u>Gosta de testar seus conhecimentos e segurança.</u>	<u>Tenha paciência e domínio e segurança total sobre o que estiver dizendo</u>
<u>Prefere ouvir a falar</u>	<u>Faça uma apresentação lógica e não se incomode de ser “testado”</u>
<u>Prefere não emitir reações de apreciação ou entendimento durante a conversa.</u>	<u>Prefira a linguagem mais formal, principalmente no início da conversa.</u>
<u>Normalmente raciocina em termos de economia, lucro, custo e vantagens.</u>	<u>Demonstre as vantagens da proposta, dê segurança de sua idéia ou serviço.</u>

“O Bem humorado ou o Amigo”

<u>Perfil/ características</u>	<u>Como tratá-lo</u>
É simpático e bonachão	Seja sempre cordial e objetivo, mantendo uma linguagem informal
Adora uma conversa agradável	Coloque limites na relação, não misturando negócios com o bom relacionamento
É mestre em desviar o outro do assunto. Gosta de contar piadas, estórias e de dar exemplos de fatos ocorridos.	Procure aproveitar os exemplos e as estórias em argumentos para valorizar a sua idéia.
Gosta de sentir-se próximo	Demonstre objetividade, conhecimento e segurança ao abordar os assuntos.
Gosta de ouvir, sendo muito sociável	Mantenha o bom relacionamento

“ O Calado” ou “ O Silencioso”

<u>Perfil/ características</u>	<u>Como tratá-lo</u>
Tem dificuldade para responder	Faça perguntas hábeis
Deixa o outro falando sozinho	Force um diálogo
Não diz o que pensa	Não perca o domínio da conversa
Não expressa sentimentos	Seja breve e sucinto





Prefeitura de Itajobi

“O Falante”

Perfil/ características	Como tratá-lo
Gosta de falar, normalmente é prolixo	Seja objetivo de forma amistosa
Desvia do assunto profissional	Mantenha o foco da conversa
Tem dificuldade para concentrar-se	Conduza o diálogo e mantenha-o
Tem tendência de só ouvir aquilo que interessa	Saiba ouvir
Interrompe a fala dos outros	Seja paciente

“O Meticuloso” ou “ de Raciocínio Lento”

Perfil/ características	Como tratá-lo
Não é apressado	Tenha domínio total do assunto a ser tratado.
Prefere ouvir a falar	Faça uma apresentação lógica e detalhada, explorando todas as etapas e informações.
É observador, minucioso e muito exigente. Vai aos mínimos detalhes.	Transmita segurança e disposição e certifique-se de que sua apresentação está sendo clara.
Valoriza a organização lógica	Respeite o ritmo de entendimento do Cidadão. Não seja apressado. Não force a decisão.
Quer sempre pormenores	Explore todos os sentidos (audição, visão, tato, olfato, paladar)

]

“O Pedante”

Perfil/ características	Como tratá-lo
É o “sabe-tudo”	Não evite e não o tema
Raramente argumenta	Deixá-lo expor suas idéias
Quer e precisa dominar	Satisfaça seus caprichos
Deseja poder	“Alimente” sua vaidade.
É metido	Seja agradável

“O que se Julga Importante”

Perfil/ características	Como tratá-lo
É vaidoso	Dê valor às suas vaidades
Faz objeções fúteis	Dê-lhe prestígio sem ser bajulador
Não aceita opiniões alheias	Dê-lhe a impressão de que as decisões partem dele
Procura desdenhar	Não o menospreze





Prefeitura de Itajobi

SÍNTESE: ORIENTAÇÕES PARA QUEM ATENDE AO PÚBLICO

Antes de listarmos e relembrarmos algumas “dicas” a quem exerce a importante atividade de atendimento (tratamento) ao público queremos frisar quatro necessidades básicas que estão presentes nas pessoas que procuram o serviço de atendimento:

- 1- A necessidade de ser compreendida;
- 2- A necessidade de sentir-se bem recebida;
- 3- A necessidade de sentir-se importante e
- 4- A necessidade de ter comodidade. (Victor Mirshawa)

Orientações ao OUVIR (ESCUTAR)

- 1- Ouça com atenção, procure interromper outras atividades;
- 2- Procure não interromper a pessoa atendida;
- 3- Não discuta;
- 4- Tente manter o ambiente positivo;
- 5- Não fale junto/ ao mesmo tempo;
- 6- Olhe nos olhos do outro;
- 7- Coloque-se no lugar dela (empatia);
- 8- Procure sintetizar o que ouve, preste atenção no significado;
- 9- Focalize a necessidade principal;
- 10- Considere as necessidades e os interesses do outro;
- 11- Interesse-se pelo que ouve e demonstre interesse legítimo;

Orientações ao FALAR (ESCLARECER – EMPATIZAR)

- 1- Obtenha os fatos;
- 2- Faça perguntas para se certificar se compreendeu a necessidade do outro;
- 3- Tome cuidado com o prognóstico de Jose Bleger: “toda instituição (ou setor) padece do mal que pretende erradicar”
- 4- Busque apresentar suas ideias no melhor momento;
- 5- Evite gírias;
- 6- Evite expressões repetitivas (viu; Entende; tá;)
- 7- Evite intimidades (“gatinha”, “Querida”, “nega”, “Chegado”, etc.)
- 8- Evite palavras duvidosas (talvez; Não sei; Não tenho certeza;)
- 9- Evite palavras negativas (Isso eu não posso; Hoje não sei o que você pediu;)
- 10- Utilize palavras positivas (Para amanhã eu consigo, logo cedo; Há diversas formas que posso proceder; Irei verificar)
- 11- Procure usar palavras no presente, são mais assertivas e afirmativas (ao invés de: poderia ser, seria bom, diga: Pode ser; É bom)
- 12- Seja simpático e agradável, não sendo necessário expressar-se com voz “dulçorosa”. Ser amável não quer dizer ser artificial. É bom mostrar simpatia e tranquilidade, mas também seriedade ou preocupação, conforme a circunstância.
- 13- Tenha empatia, coloque-se no lugar da outra pessoa;
- 14- Expresse-se com clareza, tenha sempre em mente que o objetivo do atendente é se fazer entender;
- 15- Repita ao atendido, de forma objetiva, o que compreendeu da solicitação/queixa dele. Esta atitude visa tornar claro para ambos a necessidade do “cliente”.
- 16- Procure não utilizar expressões na primeira pessoa quando o atendido refere-se a problemas relativos à prefeitura ou ao teu departamento. Quando quem atende traz para si mesmo toda a responsabilidade para a resolução de um problema (quando for o caso), também acaba trazendo para si toda a queixa e atitudes negativas do “cliente”.

Exemplo:





Prefeitura de Itajobi

Cliente/ atendido (funcionário de outra área): “meu pagamento saiu errado, vocês não pagaram minha horas extras”

Atendente (funcionário do RH): “teve um erro da tua área no prazo de entrega das informações de seu registro de ponto. Eu não vou poder mais pagar nesta folha. Só na próxima.

Neste exemplo podemos observar que o funcionário ao dizer: “Eu não vou poder te pagar”, traz para si toda a responsabilidade, além de usar expressões negativas, que reforçam e acirram a animosidade entre as partes, tornando-a inclusive pessoal.

Orientações ao AGIR (Efetuar)

- 1- Verifique o que for necessário para orientar corretamente;
- 2- Seja ativo e proativo e não somente reativo;
- 3- Procure ser rápido e cortês;
- 4- Decida se você pode tomar alguma atitude ou se precisa encaminhar a reclamação;
- 5- Entre em um acordo com o atendido quanto à atitude e avise-o de sua intenção e razões do encaminhamento;
- 6- Dê informações claras sobre o tempo previsto para a resolução do assunto ou solicitação em questão;
- 7- Procure manter o cliente (interno ou externo) informado todo o tempo sobre o progresso da situação;
- 8- Encaminhe orientações a quem de direito para evitar que o problema ou a questão se repita. Seja pró ativo, não seja apenas reativo ou ativo;
- 9- Valorize o ambiente positivo, a imagem de quem atende se consolida a partir a atitude e postura no atendimento.

OUTRAS ORIENTAÇÕES

- 1- Um magnífico atendente é aquele que consegue fazer com que todo atendido se sinta especial;
- 2- Um bom atendimento deve estar organizado para dar conforto, agilidade e atenção a quem procura esse serviço. Deve propiciar comodidade física a quem está sendo atendido.
- 3- Um bom atendimento não sujeita o atendido a quaisquer exigências ou inconveniências devido às políticas internas do setor.
- 4- Buscar ter informações organizadas para não exigir do “cliente” dados que já possui.
- 5- Os atendentes se preocupam com a aparência de seu vestuário, mantém seu local de trabalho organizado e asseado.
- 6- Para ocupar esse “lugar” tão nobre que é o de contato direto com o “cliente” e razão da área existir, a pessoa de tal posto de ter a clareza de que as críticas não são pessoais. Ela ocupa um “lugar” que representa a prefeitura/ organização, mas não é a prefeitura/ organização.

“ ATENDER É UM ENCONTRO ENTRE SEMELHANTES.

ENTRE PESSOAS,

ENTRE GENTE”





Prefeitura de Itajobi

Bibliografia

ABRUCIO, F. L. **O impacto do modelo gerencial na Administração Pública**. Brasília: Cadernos ENAP, nº 10, 1997.

_____. **Nova Gestão Pública**. São Paulo: EgapFundap, Programa de Desenvolvimento Gerencial, 2004.

BETHEL, Sheila Murray. **Qualidades que fazem de você um líder**. São Paulo: Makron Books, 1997.

CAIO, M. **Desenvolvimento da cultura empreendedora na administração pública: Panacéia, Utopia ou realidade**. FUNDAP (não publicado) :São Paulo, 2004

CERRANO, P. E. P. **Estar no Estado ou ser servidor?** São Bernardo do Campo: Manual de integração(não publicado).

Davdson e Brouthe. *Serviço Total ao Cliente*. Ed Campos, São Paulo

Gonçalves, C. S. *Lições de Psicodrama – Introdução ao Pensamento de J. L. Moreno*.

Mirshawka, V. – *Criando valor para o cliente*. Makron Books do Brasil Ltda., São Paulo

Oech, Roger. *Um “Toc na Cuca”*. Ed Cultura, São Paulo

Silva, R.F.C. – *Mobilização para a Qualidade – Qualitymark Editora Ltda.*, Rio de Janeiro.

Townsend, P.L. – *Compromisso com a Qualidade – Editora Campus Ltda.*, Rio de Janeiro.

Walter, P. – *O cliente em primeiro lugar* - Makron Books do Brasil Ltda., São Paulo.

Whiteli, R.A *Empresa totalmente voltada para o cliente*. Ed Campos, São Paulo

