

Empresa Baiana de Águas e Saneamento S.A.

EMBASA-BA

Agente Administrativo

A apostila preparatória é elaborada antes da publicação do Edital Oficial com base no edital anterior, para que o aluno antecipe seus estudos.

JN016-N0

Todos os direitos autorais desta obra são protegidos pela Lei nº 9.610, de 19/12/1998.
Proibida a reprodução, total ou parcialmente, sem autorização prévia expressa por escrito da editora e do autor. Se você conhece algum caso de "pirataria" de nossos materiais, denuncie pelo sac@novaconcursos.com.br.

OBRA

Empresa Baiana de Águas e Saneamento S.A.

Agente Administrativo

Atualizada até 01/2020

AUTORES

Língua Portuguesa - Profª Zenaide Auxiliadora Pachegas Branco

Matemática - Profº Bruno Chierigatti e Joao de Sá Brasil

Noções de Informática - Profº Ovidio Lopes da Cruz Netto

Noções de Legislação - Profº Ricardo Razaboni

Noções de Administração Pública - Profº Fernando Zantedeschi

Noções Gerais da Igualdade Racial e de Gênero - Profº Ricardo Razaboni

Conhecimentos Específicos - Profª Silvana Guimarães

PRODUÇÃO EDITORIAL/REVISÃO

Elaine Cristina

Josiane Sarto

DIAGRAMAÇÃO

Thais Regis

Rodrigo Bernardes de Moura

CAPA

Joel Ferreira dos Santos



www.novaconcursos.com.br

sac@novaconcursos.com.br

APRESENTAÇÃO

PARABÉNS! ESTE É O PASSAPORTE PARA SUA APROVAÇÃO.

A Nova Concursos tem um único propósito: mudar a vida das pessoas.

Vamos ajudar você a alcançar o tão desejado cargo público.

Nossos livros são elaborados por professores que atuam na área de Concursos Públicos. Assim a matéria é organizada de forma que otimize o tempo do candidato. Afinal corremos contra o tempo, por isso a preparação é muito importante.

Aproveitando, convidamos você para conhecer nossa linha de produtos "Cursos online", conteúdos preparatórios e por edital, ministrados pelos melhores professores do mercado.

Estar à frente é nosso objetivo, sempre.

Contamos com índice de aprovação de 87%*.

O que nos motiva é a busca da excelência. Aumentar este índice é nossa meta.

Acesse **www.novaconcursos.com.br** e conheça todos os nossos produtos.

Oferecemos uma solução completa com foco na sua aprovação, como: apostilas, livros, cursos online, questões comentadas e treinamentos com simulados online.

Desejamos-lhe muito sucesso nesta nova etapa da sua vida!

Obrigado e bons estudos!

*Índice de aprovação baseado em ferramentas internas de medição.

CURSO ONLINE



PASSO 1

Acesse:

www.novaconcursos.com.br/passaporte



PASSO 2

Digite o código do produto no campo indicado no site.

O código encontra-se no verso da capa da apostila.

*Utilize sempre os 8 primeiros dígitos.

Ex: JN001-19



PASSO 3

Pronto!

Você já pode acessar os conteúdos online.

SUMÁRIO

LÍNGUA PORTUGUESA

Compreensão e interpretação de textos.....	01
Tipologia textual.....	08
Ortografia oficial.....	09
Acentuação gráfica.....	13
Emprego das classes de palavras.....	16
Emprego do sinal indicativo de crase.....	54
Sintaxe da oração e do período.....	58
Pontuação.....	68
Concordância nominal e verbal.....	71
Regência nominal e verbal.....	78
Significação das palavras.....	84

MATEMÁTICA

Números inteiros: operações e propriedades; múltiplos e divisores: problemas.....	01
Números racionais: operações e propriedades; problemas envolvendo as quatro operações na forma fracionária e decimal.....	04
Números e grandezas proporcionais; razões e proporções; divisão proporcional; regra de três simples e composta.....	11
Porcentagem.....	14
Juros e desconto simples (juro, capital, tempo, taxa e montante).....	17
Funções do 1º e 2º grau: problemas.....	18
Sistema de medidas: decimais e não decimais.....	25
Sistema monetário brasileiro: problemas.....	30

NOÇÕES DE INFORMÁTICA

Conceitos e modos de utilização de aplicativos para edição de textos, planilhas e apresentações: ambiente Microsoft Office, BR Office.....	01
Sistemas operacionais: Windows e LINUX.....	28
Conceitos básicos e modos de utilização de tecnologias, ferramentas, aplicativos e procedimentos associados à Internet e intranet.....	38

SUMÁRIO

NOÇÕES DE LEGISLAÇÃO

Lei nº 11.445 de 05 de janeiro de 2007 - Diretrizes nacionais para o saneamento básico: princípios fundamentais, exercício da titularidade, planejamento, aspectos econômicos e sociais, aspectos técnicos e política federal de saneamento básico	01
Lei nº 9.433, de 8 de janeiro de 1997 - Institui a Política Nacional de Recursos Hídricos e outras providências.....	04
Lei nº 11.172 de 01 de dezembro de 2008 - Princípios e diretrizes da Política Estadual de Saneamento Básico: do direito à salubridade ambiental, das diretrizes e princípios da política Estadual de Saneamento Básico, do sistema estadual de saneamento básico, do planejamento, da gestão associada.....	08
Lei nº 12.602 de 29 de novembro de 2012 - Criação da Agência Reguladora de Saneamento Básico do Estado da Bahia - AGERSA.....	10

NOÇÕES DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Organização da administração pública no Brasil a partir da Constituição Federal de 1988. Conceitos relativos às administrações direta e indireta. Diferenças entre autarquias, fundações e empresas públicas. Agentes públicos	01
Licitação Pública: princípios básicos e definições; convênios e termos similares; modalidades, limites, dispensa e inexigibilidade (Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações); Lei nº 9.433, de 1º de março de 2005, e suas alterações - Contratos e compras; Lei nº 10.520, de 17 de julho de 2002 - Licitação na Modalidade Pregão	16

NOÇÕES GERAIS DE IGUALDADE RACIAL E DE GÊNERO

Constituição da República Federativa do Brasil (art. 1º, 3º, 4º e 5º	01
Constituição do Estado da Bahia, (Cap. XXIII "Do Negro	03
Lei federal no 12.288, de 20 de julho de 2010 (Estatuto da Igualdade Racial	04
Lei estadual nº 13.182, de 06 de junho de 2014 (Estatuto da Igualdade Racial e de Combate a Intolerância Religiosa), regulamentada pelo Decreto estadual nº 15.353 de 08 de agosto de 2014.....	10
Lei federal no 7.716, de 5 de janeiro de 1989, alterada pela Lei federal no 9.459 de 13 de maio de 1997 (Tipificação dos crimes resultantes de preconceito de raça ou de cor	20
Decreto Federal no 65.810, de 08 de dezembro de 1969 (Convenção internacional sobre a eliminação de todas as formas de discriminação racial.....	24
Decreto federal no 4.377, de 13 de setembro de 2002 (Convenção sobre eliminação de todas as formas de discriminação contra a mulher.....	26
Lei federal no 11.340, de 7 de agosto de 2006 (Lei Maria da Penha.....	28
Código Penal Brasileiro (art. 140)	32
Lei federal nº 9.455/1997 (Combate à Tortura).....	33
Lei federal nº 2.889/56 (Combate ao Genocídio).....	36
Lei federal no 7.437, de 20 de dezembro de 1985 (Lei Caó)	38

SUMÁRIO

Lei estadual no 10.549 de 28 de dezembro de 2006 (Cria a Secretaria de Promoção da Igualdade Racial); alterada pela Lei estadual no 12.212/2011.....	39
Lei federal no 10.678 de 23 de maio de 2003 (Cria a Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial da Presidência da República).....	40

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Qualidade no atendimento ao público. ; Comunicabilidade, apresentação, atenção, cortesia, interesse, presteza, eficiência, tolerância, discrição, conduta e objetividade.	01
Trabalho em equipe ; Personalidade e relacionamento ; Eficácia no comportamento interpessoal ; Fatores positivos do relacionamento ; Comportamento receptivo e defensivo, empatia e compreensão mútua.....	10
Conhecimentos básicos de administração ; Características das organizações formais: tipos de estrutura organizacional, natureza, finalidades e critérios de departamentalização.....	23
Processo organizacional: planejamento, direção, comunicação, controle e avaliação ; Comportamento organizacional: motivação, liderança e desempenho.....	36
Patrimônio ; Conceito ; Componentes ; Variações e configurações.....	53
Hierarquia e autoridade Eficiência, eficácia, produtividade e competitividade	58
Processo decisório.....	60
Planejamento administrativo e operacional.....	66
Divisão do trabalho ; Controle e avaliação	67
Controle e avaliação	67
Motivação e desempenho; Liderança.....	68
Gestão da qualidade.....	84
Técnicas de arquivamento: classificação, organização, arquivos correntes e protocolo	86
Noções de cidadania	104
Noções de uso e conservação de equipamentos de escritório.....	104
Compras na Administração Pública ; Licitações e contratos ; Princípios básicos da licitação.....	105
Conceito de segurança do trabalho: EPIs e EPCs.....	105
Ética no trabalho	108

ÍNDICE

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Qualidade no atendimento ao público. ; Comunicabilidade, apresentação, atenção, cortesia, interesse, presteza, eficiência, tolerância, discrição, conduta e objetividade.	01
Trabalho em equipe ; Personalidade e relacionamento ; Eficácia no comportamento interpessoal ; Fatores positivos do relacionamento ; Comportamento receptivo e defensivo, empatia e compreensão mútua.....	10
Conhecimentos básicos de administração ; Características das organizações formais: tipos de estrutura organizacional, natureza, finalidades e critérios de departamentalização.....	23
Processo organizacional: planejamento, direção, comunicação, controle e avaliação ; Comportamento organizacional: motivação, liderança e desempenho.....	36
Patrimônio ; Conceito ; Componentes ; Variações e configurações.....	53
Hierarquia e autoridade Eficiência, eficácia, produtividade e competitividade	58
Processo decisório.....	60
Planejamento administrativo e operacional.....	66
Divisão do trabalho ; Controle e avaliação	67
Controle e avaliação	67
Motivação e desempenho; Liderança	68
Gestão da qualidade.....	84
Técnicas de arquivamento: classificação, organização, arquivos correntes e protocolo	86
Noções de cidadania.....	104
Noções de uso e conservação de equipamentos de escritório.....	104
Compras na Administração Pública ; Licitações e contratos ; Princípios básicos da licitação	105
Conceito de segurança do trabalho: EPIs e EPCs.....	105
Ética no trabalho	108

QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO PÚBLICO. ; COMUNICABILIDADE, APRESENTAÇÃO, ATENÇÃO, CORTESIA, INTERESSE, PRESTEZA, EFICIÊNCIA, TOLERÂNCIA, DISCRIÇÃO, CONDUTA E OBJETIVIDADE.

ATENDIMENTO AO PÚBLICO

A qualidade do atendimento ao público apresenta-se como um desafio institucional e deve ter como meta aprimorar e uniformizar o serviço oferecido tanto ao público externo como ao público interno.

Vale ressaltar que o agente responsável por realizar o atendimento, ao fazê-lo, não o faz por si mesmo, mas pela instituição, ou seja, ele representa a organização naquele momento, é a imagem da organização que se apresenta na figura desse agente.

Quando falamos em atendimento de qualidade, pensamos em excelência na forma com que nossos clientes (internos ou externos) são tratados. Lidar com pessoas, como ocorre em um atendimento, exige uma postura comportamental comprometida com o outro, com suas necessidades, seus anseios, mas também com a organização, suas regras, ou seja, exige responsabilidade, conhecimento de funções, uso adequado de ferramentas para se enquadrar ao sistema de funcionamento da organização, agilidade, cordialidade, eficiência e, principalmente, empatia para realizar um atendimento de excelência junto ao público.

Atendimento corresponde ao ato de atender, ou seja, ao ato de prestar atenção às pessoas com as quais mantemos contato.

A qualidade do atendimento prestado depende da capacidade de se comunicar com o público e da mensagem transmitida.

O edital cita características que são imprescindíveis quando se almeja alcançar um nível de excelência em qualidade no atendimento. Vejamos:

- **Atenção:** o cliente precisa ser o foco de suas ações. É necessário fazer com que ele se sinta realmente o elemento de maior importância nessa relação, e isso será possível quando o atende dispender a atenção necessária nesse contato, criando empatia para identificar de fato qual a melhor forma de atender esse cliente.
- **Cortesia:** ser cortês significa usar de gentileza, educação, lidar as pessoas com amabilidade, generosidade e delicadeza no trato.
- **Interesse:** como dissemos acima, desenvolver empatia, ou seja, quando se coloca no lugar da pessoa e demonstra interesse naquilo que é importante para ela, consequentemente, realiza-se um trabalho melhor.
- **Presteza:** está relacionado com a boa vontade e pré-disposição em servir.
- **Eficiência:** eficiência é a capacidade de "fazer as coisas direito", um administrador é considerado eficiente quando minimiza o custo dos recursos usados para atingir determinado fim.

- **Tolerância:** representa a capacidade de uma pessoa ou grupo de aceitar, em outra pessoa ou grupo uma atitude diferente das que são a norma de seu grupo.
- **Discrição:** envolve zelo, respeito, prudência, discernimento e sensatez quando fornece uma informação ao cliente. É necessário manter-se reservado sobre o que o cliente lhe diz. Assim, estará transmitindo confiabilidade e seriedade no trabalho desenvolvido.
- **Conduta:** espera-se que o atendente conheça e respeite as normas internas, afinal, ele é um canal de transmissão da imagem da organização e, como tal, deve manter postura profissional, agir dentro da cultura da empresa/ instituição e conforme os interesses institucionais, mas, ainda sim, atingindo o resultado desejado de atender com excelência o cliente, resolvendo sua necessidade ou atendendo seu desejo.
- **Objetividade, clareza e concisão:** ser direto, objetivo e claro em suas respostas para o cliente e se ater ao foco do que está sendo perguntado, fornecendo informações precisas e sucintas com atenção e clareza.

1. Postura de atendimento

Aqui, falamos em fatores pessoais que influenciam o atendimento: apresentação pessoal, cortesia (personalizar o atendimento), atenção, tolerância (grau de aceitação de diferente modo de pensar), discrição, conduta, objetividade.

A postura pode ser entendida como a junção de todos esses aspectos relacionados com a nossa expressão corporal na sua totalidade e nossa condição emocional.

Podemos destacar 3 pontos necessários para falarmos de postura. São eles:

- **Ter uma postura de abertura:** caracteriza-se por um posicionamento de humildade, mostrando-se sempre disponível para atender e interagir prontamente com o cliente. Esta postura de abertura do atendente suscita alguns sentimentos positivos nos clientes, como por exemplo:
- Postura do atendente de manter os ombros abertos e o peito aberto, passa ao cliente um sentimento de receptividade e acolhimento;
- A cabeça meio curva e o corpo ligeiramente inclinado transmitem ao cliente a humildade do atendente;
- O olhar nos olhos e o aperto de mão firme traduzem respeito e segurança;
- A fisionomia amistosa alenta um sentimento de afetividade e calorosidade.
- **Ter sintonia entre fala e expressão corporal:** caracteriza-se pela existência de uma unidade entre o que dizemos e o que expressamos no nosso corpo. Quando fazemos isso, nos sentimos mais harmônicos e confortáveis. Não precisamos fingir, mentir ou encobrir os nossos sentimentos e eles fluem livremente. Dessa forma, nos sentimos mais livres do stress, das doenças, dos medos.

- As expressões faciais: podemos extrair dois aspectos: o expressivo, ligado aos estados emocionais que elas traduzem e a identificação desses estados pelas pessoas; e a sua função social, que diz em que condições ocorreu a expressão, seus efeitos sobre o observador e quem a expressa.

Podemos concluir, entendendo que qualquer comportamento inclui posturas e é sempre fruto da interação complexa entre o organismo e o seu meio ambiente.

Observando essas condições principais que causam a vinculação ou o afastamento do cliente da empresa, podemos separar a estrutura de uma empresa de serviços em dois itens:

2. Os serviços

O serviço assume uma dimensão macro nas organizações e, como tal, está diretamente relacionado ao próprio negócio.

Nesta visão mais global, estão incluídas as políticas de serviços, a sua própria definição e filosofia. Aqui, também são tratados os aspectos gerais da organização que dão peso ao negócio, como: o ambiente físico, as cores (pintura), os jardins. Este item, portanto, depende mais diretamente da empresa e está mais **relacionado com as condições sistêmicas**.

3. Pontos e políticas do atendimento

É o tratamento dispensado às pessoas, está mais relacionado com o funcionário em si, com as suas atitudes e o seu modo de agir com os clientes. Portanto, está ligado às condições individuais.

É necessário unir esses dois pontos e estabelecer nas políticas das empresas o treinamento e a definição de um padrão de atendimento e de um perfil básico para o profissional de atendimento, como forma de avançar no próprio negócio. Dessa maneira, esses dois itens se tornam complementares e inter-relacionados, com dependência recíproca para terem peso.

4. O profissional do atendimento

Para conhecermos melhor a postura de atendimento, faz-se necessário falar do verdadeiro profissional de atendimento.

Os três passos do verdadeiro profissional de atendimento:

4.1 Entender o seu verdadeiro papel: que é o de compreender e atender as necessidades dos clientes, fazer com que ele seja bem recebido, ajudá-lo a se sentir importante e proporcioná-lo um ambiente agradável. Este profissional é voltado completamente para a interação com o cliente, estando sempre com as suas antenas ligadas neste, para perceber constantemente as suas necessidades. Para o profissional, não basta apenas conhecer o produto ou serviço, o mais importante é demonstrar interesse em relação às necessidades dos clientes e atendê-las.

4.2 Entender o lado humano: conhecendo as necessidades dos clientes, aguçando a capacidade de perceber o cliente. Para entender o lado humano, é necessário que este profissional tenha uma formação voltada para as pessoas e goste de lidar com gente. Espera-se que ele fique feliz em fazer o outro feliz, pois, para este profissional, a felicidade de uma pessoa começa no mesmo instante em que ela cessa a busca de sua própria felicidade para buscar a felicidade do outro.

4.3 Entender a necessidade de manter um estado de espírito positivo: cultiva-se pensamentos e sentimentos positivos para ter atitudes adequadas no momento do atendimento. Ele sabe que é fundamental separar os problemas particulares do dia a dia do trabalho e, para isso, cultiva o estado de espírito antes da chegada do cliente. O primeiro passo de cada dia é iniciar o trabalho com a consciência de que o seu principal papel é o de ajudar os clientes a solucionarem suas necessidades. A postura é de realizar serviços para o cliente.

5. A fuga dos clientes

As pesquisas revelam que 68% dos clientes das empresas fogem delas por problemas relacionados à postura de atendimento.

Numa escala decrescente de importância, podemos observar os seguintes percentuais:

- 68% dos clientes fogem das empresas por problemas de postura no atendimento;
- 14% fogem por não terem suas reclamações atendidas;
- 9% fogem pelo preço;
- 9% fogem por competição, mudança de endereço, morte.

A origem dos problemas está nos sistemas implantados nas organizações, muitas vezes obsoletos. Esses sistemas não definem uma política clara de serviços, não definem o que é o próprio serviço e qual é o seu produto. Sem isso, existe muita dificuldade em satisfazer plenamente o cliente.

Essas empresas que perdem 68% dos seus clientes não contratam profissionais com características básicas para atender o público, não treinam esses profissionais na postura adequada, não criam um padrão de atendimento e este passa a ser realizado de acordo com as características individuais e o bom senso de cada um.

A falta de noção clara da causa primária da perda de clientes faz com que as empresas demitem os funcionários "porque eles não sabem nem atender o cliente". Parece até que o atendimento é a tarefa mais simples da empresa e que menos merece preocupação. Ao contrário, é a mais complexa e recheada de nuances que passam pela condição individual e por condições sistêmicas.

Essas *condições sistêmicas* estão relacionadas a:

1. Falta de uma política clara de serviços;
2. Indefinição do conceito de serviços;
3. Falta de um perfil adequado para o profissional de atendimento;

4. Falta de um padrão de atendimento;
5. Inexistência do follow up;
6. Falta de treinamento e qualificação de pessoal.

Nas *condições individuais*, podemos encontrar a contratação de pessoas com características opostas ao necessário para atender ao público, como: timidez, avareza, rebeldia...

6. Os requisitos para contratação deste profissional

Para trabalhar com atendimento ao público, alguns requisitos são essenciais ao atendente. São eles:

- Gostar de servir, de fazer o outro feliz;
- Gostar de lidar com gente;
- Ser extrovertido;
- Ter humildade;
- Cultivar um estado de espírito positivo;
- Satisfazer as necessidades do cliente;
- Cuidar da aparência.

Com esses requisitos, o sinal fica verde para o atendimento.

7. Outros fatores importantes no atendimento

7.1 O olhar

Os olhos transmitem o que está na nossa alma. Através do olhar, podemos passar para as pessoas os nossos sentimentos mais profundos, pois ele reflete o nosso estado de espírito.

Ao analisar a expressão do olhar, não vamos nos prender somente a ele, mas à fisionomia como um todo para entendermos o real sentido dos olhos.

Um olhar brilhante transmite ao cliente a sensação de acolhimento, de interesse no atendimento das suas necessidades, de vontade de ajudar. Ao contrário, um olhar apático, traduz fraqueza e desinteresse, dando ao cliente, a impressão de desgosto e dissabor pelo atendimento.

Mas, você deve estar se perguntando: a que causa este brilho nos nossos olhos? A resposta é simples: Gostar do que faz, gostar de prestar serviços ao outro, gostar de ajudar ao próximo.

Para atender ao público, é preciso que haja interesse e gosto, pois só assim conseguimos repassar uma sensação agradável para o cliente. Gostar de atender o público significa gostar de atender as necessidades dos clientes, querer ver o cliente feliz e satisfeito.

Como o olhar revela a atitude da mente, ele pode transmitir:

- a). Interesse quando:
 - Brilha;
 - Tem atenção;
 - Vem acompanhado de aceno de cabeça.
- b). Desinteresse quando:
 - É apático;
 - É imóvel, rígido;
 - Não tem expressão.

O olhar desbloqueia o atendimento, pois quebra o gelo. O olhar nos olhos dá credibilidade e não há como dissimular com o olhar.

7.2 A aproximação – raio de ação

A aproximação do cliente está relacionada ao conceito de raio de ação, que significa interagir com o público, independentemente deste ser cliente ou não.

Essa interação ocorre dentro de um espaço físico de 3 metros de distância do público e de um tempo imediato, ou seja, prontamente.

Além do mais, deve ocorrer independentemente de o funcionário estar ou não na sua área de trabalho. Esses requisitos para a interação tornam-na mais eficaz.

Essa interação pode se caracterizar por um cumprimento verbal, uma saudação, um aceno de cabeça ou apenas por um aceno de mão. O objetivo com isso é fazer o cliente sentir-se acolhido e certo de estar recebendo toda a atenção necessária para satisfazer os seus anseios.

Alguns exemplos são:

1. No hotel, a arrumadeira está no corredor com o carrinho de limpeza e o hóspede sai do seu apartamento. Ela prontamente olha para ele e diz com um sorriso: "bom dia!"
2. O caixa de uma loja cumprimenta o cliente no momento do pagamento;
3. O frentista do posto de gasolina aproxima-se ao ver o carro entrando no posto e faz uma saudação.

7.3 A invasão

Porém, interagir no raio de ação não tem nada a ver com invasão de território.

Vamos entender melhor isso.

Todo ser humano sente necessidade de definir um território, que é um certo espaço entre si e os estranhos. Esse território não se configura apenas em um espaço físico demarcado, mas principalmente num espaço pessoal e social, o que podemos traduzir como a necessidade de privacidade, de respeito, de manter uma distância ideal entre si e os outros de acordo com cada situação.

Quando esses territórios são invadidos, ocorrem cortes na privacidade, o que normalmente traz consequências negativas. Podemos exemplificar essas invasões com algumas situações corriqueiras: uma piada muito picante contada na presença de pessoas estranhas a um grupo social; ficar muito próximo do outro, quase se encostando nele; dar um tapinha nas costas etc.

Nas situações de atendimento, são bastante comuns as invasões de território pelos atendentes. Estas, na sua maioria, causam mal-estar aos clientes, pois são traduzidas por eles como atitudes grosseiras e pouco sensíveis. Alguns são os exemplos destas atitudes e situações mais comuns:

- Insistência para o cliente levar um item ou adquirir um bem;
- Seguir o cliente por toda a loja;
- O motorista de taxi que não para de falar com o passageiro;
- O garçom que fica de pé ao lado da mesa sugerindo pratos sem ser solicitado;
- O funcionário que cumprimenta o cliente com dois beijinhos e tapinhas nas costas;
- O funcionário que transfere a ligação ou desliga o telefone sem avisar.

Essas situações não cabem na postura do verdadeiro profissional do atendimento.

7.4 O sorriso

O sorriso abre portas e é considerado uma linguagem universal.

Imagine que você tem um exame de saúde muito importante para receber e está apreensivo com o resultado. Você chega à clínica e é recebido por uma recepcionista que apresenta um sorriso caloroso. Com certeza você se sentirá mais seguro e mais confiante, diminuindo um pouco a tensão inicial. Neste caso, o sorriso foi interpretado como um ato de apaziguamento.

O sorriso tem a capacidade de mudar o estado de espírito das pessoas e as pesquisas revelam que as pessoas sorridentes são avaliadas mais favoravelmente do que as não sorridentes.

O sorriso é um tipo de linguagem corporal, um tipo de comunicação não-verbal. Como tal, expressa as emoções e geralmente informa mais do que a linguagem falada e a escrita. Dessa forma, podemos passar vários tipos de sentimentos e acarretar as mais diversas emoções no outro.

7.5 Ir ao encontro do cliente

Ir ao encontro do cliente é um forte sinal de compromisso no atendimento por parte do atendente. Este item traduz a importância dada ao cliente no momento de atendimento, no qual o atendente faz tudo o que é possível para atender as suas necessidades, pois ele compreende que satisfazê-las é fundamental. Indo ao encontro do cliente, o atendente demonstra o seu interesse para com ele.

7.6 A primeira impressão

Você já deve ter ouvido milhares de vezes esta frase: a primeira impressão é a que fica.

Você concorda com ela?

No mínimo seremos obrigados a dizer que será difícil a empresa ter uma segunda chance para tentar mudar a impressão inicial se ela foi negativa, pois dificilmente o cliente irá voltar.

É muito mais difícil e também mais caro trazer de volta o cliente perdido, aquele que foi mal atendido ou que não teve os seus desejos satisfeitos. Estes clientes perdem a confiança na empresa e normalmente os custos para resgatá-los são altos. Alguns mecanismos que as empresas adotam são os contatos via telemarketing, mala-direta, visitas, mas nem sempre são eficazes.

A maioria das empresas não tem noção da quantidade de clientes perdidos durante a sua existência, pois elas não adotam mecanismos de identificação de reclamações e/ou insatisfações de clientes. Assim, elas deixam escapar as armas que teriam para reforçar os seus processos internos e o seu sistema de trabalho.

Quando as organizações atentam para essa importância, elas passam a aplicar instrumentos de medição, porém, esses coletores de dados nem sempre traduzem a realidade, pois muitas vezes trazem perguntas vagas, subjetivas ou pedem a opinião aberta sobre o assunto.

Dessa forma, fica difícil mensurar e acaba-se por não colher as informações reais.

A saída seria criar medidores que traduzissem com fatos e dados, as verdadeiras opiniões do cliente sobre o serviço e o produto adquiridos da empresa.

7.7 Apresentação pessoal

Que imagem você acha que transmitimos ao cliente quando o atendemos com unhas sujas, os cabelos despenteados, as roupas mal cuidadas... ?

O atendente está na linha de frente e é responsável pelo contato, além de representar a empresa neste momento. Para transmitir confiabilidade, segurança, bons serviços e cuidado, faz-se necessário, também, ter uma boa apresentação pessoal.

Alguns cuidados são essenciais para tornar este item mais completo. São eles:

- Tomar um **banho** antes do trabalho diário: além da função higiênica, também é revigorante e espanta a preguiça;
- Cuidar sempre da **higiene pessoal**: unhas limpas, cabelos cortados e penteados, dentes cuidados, hálito agradável, axilas asseadas, barba feita;
- Roupas limpas e conservadas;
- Sapatos limpos;
- Usar o **crachá de identificação** em local visível pelo cliente.

Quando esses cuidados básicos não são tomados, o cliente se questiona: puxa, se ele não cuida nem dele, da sua aparência pessoal, como é que vai cuidar de me prestar um bom serviço ?

A apresentação pessoal, a aparência, é um aspecto importante para criar uma relação de proximidade e confiança entre o cliente e o atendente.

7.8 Cumprimento caloroso

O que você sente quando alguém aperta a sua mão sem firmeza?

Às vezes ouvimos as pessoas comentando que é possível conhecer alguém, a sua integridade moral, pela qualidade do seu aperto de mão.

O aperto de mão "frouxo" transmite apatia, passividade, baixa energia, desinteresse, pouca interação, falta de compromisso com o contato.

Ao contrário, o cumprimento muito forte, do tipo que machuca a mão, ao invés de trazer uma mensagem positiva, causa um mal-estar, traduzindo hiperatividade, agressividade, invasão e desrespeito. O ideal é ter um cumprimento firme, que prenda toda a mão, mas que a deixe livre, sem sufocá-la. Este aperto de mão demonstra interesse pelo outro, firmeza, bom nível de energia, atividade e compromisso com o contato.

É importante lembrar que o cumprimento deve estar associado ao olhar nos olhos, à cabeça erguida, aos ombros e ao peito abertos, totalizando uma sintonia entre fala e expressão corporal.

Não se esqueça: apesar de haver uma forma adequada de cumprimentar, esta jamais deverá ser mecânica e automática.