

**GESTÃO NA QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE.**  
**Um estudo de caso no Auto Posto Lins Shell**  
**QUALITY MANAGEMENT IN CUSTOMER SERVICE.**  
**A case study at Auto Posto Lins Shell**

Aldo Rodrigues Neto - aldorodrigues47@gmail.com  
Joliny Aparecida Mendes da Costa Prado - jolinymprado@gmail.com  
Mateus Bruno de Albuquerque - mateusalbuquerque1993@gmail.com  
Rafael Di Donato Martins Da Rocha - rafaeldidonato@hotmail.com  
Graduandos de Administração - UniSALESIANO Lins  
Profª Ma. Máris de Cássia Ribeiro Vendrame - maris@unisalesiano.edu.br  
Profª Ma. Jovira Maria Sarraceni - jo@unisalesiano.edu.br  
Docente do UniSALESIANO Lins

---

**RESUMO**

As organizações estão norteando suas ações pela busca da satisfação dos melhores critérios de atendimento. As empresas passaram a receber mais cobranças do público e têm que disputar espaço em mercados que estão saturados e, mesmo assim, continuam cada vez mais competitivos. A gestão de qualidade é um assunto obrigatório nas organizações, afinal, os clientes estão cada vez mais seletivos. Isso significa que, sem um padrão adequado, nenhuma empresa consegue se manter no mercado. O atendimento que busca cumprir as metas e os objetivos da empresa com sucesso é essencial para a fidelização dos clientes. A qualidade deixou de ser preocupação exclusiva dos técnicos, para ser de todos. O conceito atual é que qualidade é adequação ao uso, cujos requisitos devem estar preestabelecidos. Neste estudo, abordou-se o assunto Gestão da Qualidade no atendimento ao cliente, considerada como uma característica essencial para as empresas obterem sucesso no mercado em que atuam. O Objetivo foi apontar a importância da qualidade no atendimento aos clientes para as empresas.

Palavras-chaves: Gestão da Qualidade, Fidelização. Clientes.

**ABSTRACT**

*Organizations are guiding their actions by seeking to satisfy the best service criteria. Companies have started to receive more demands from the public and have to compete for space in markets that are saturated and, even so, they continue to be increasingly competitive. Quality management is a mandatory subject in organizations, after all, customers are increasingly selective. This means that, without an adequate standard, no company can remain in the market. The service that seeks to fulfill the goals and objectives of the company successfully is essential for customer loyalty. Quality is no longer the exclusive concern of technicians, but of everyone. The current concept is that quality is suitability for use, whose requirements must be pre-established. In this study, the subject of Quality Management in customer service was considered, considered as an essential characteristic for companies to be successful*

*in the market in which they operate. The objective was to point out the importance of quality in customer service for companies.*

*Keywords: Quality Management, Loyalty. Customers.*

## INTRODUÇÃO

Em meio ao caos é necessário mudar antigos hábitos e rever conceitos, ao mesmo tempo em que se mantém motivado, sem deixar de lado nenhuma área importante da vida. O ambiente empresarial, em contínuas e profundas mudanças, transformou drasticamente a maneira das empresas se situarem no mercado. Estas mudanças, aliadas ao processo de globalização exigem a adaptação das empresas com a finalidade de manter a competitividade necessária ao mercado em que está inserida. O aumento da competitividade exige, por sua vez, que as empresas inovem, criem e ajam por meio do planejamento de estratégias que só podem ser desenvolvidas a partir do conhecimento do cenário empresarial externo (CHIAVENATO, 2005).

É necessário criar um ambiente corporativo propício à geração de inovação para extrair o melhor dos colaboradores. E uma maneira de promover a inovação dentro das empresas é trabalhar para que esses conceitos e estratégias sejam assimilados por todos. Outro caminho para se destacar no mercado é conhecer bem os clientes. Cada vez mais o atendimento e a oferta de produtos e serviços se tornam personalizados. Os consumidores querem receber algo feito para eles, de acordo com as suas necessidades, e não algo elaborado para todos. Por isso, uma empresa para ser mais competitiva precisa conhecer a fundo seus consumidores e o que querem.

A qualidade no atendimento ao cliente diz respeito a todas as atividades que possibilitam respostas adequadas aos clientes em relação aos produtos, serviços e solução de eventuais problemas dentro de uma empresa de maneira satisfatória. Para que isso aconteça, faz-se necessário que os colaboradores conheçam os requisitos para um atendimento com qualidade ao cliente, sendo este fator reconhecido como a porta de entrada de uma empresa que adota a máxima de que a primeira impressão é a que fica (KOTLER, 2000).

Neste ambiente empresarial em contínuas e dinâmicas mudanças, a qualidade no atendimento ao cliente torna-se uma ferramenta indispensável e essencialmente importante, podendo ser manifestado através da elaboração de maneiras de

conquistar os clientes como requisito de prevalência do potencial competitivo da empresa no mercado em que atua.

Revisar o plano de negócios com frequência é também uma forma de estar sempre competitivo. Ao contrário do que muitos pensam, o plano é um instrumento importante para repensar práticas já existentes, contribuindo para que o negócio seja mais coerente com a realidade atual e com as tendências de mercado.

Além de planejamento, conhecimento de mercado, atualização constante, inovação e adaptação, é preciso trabalhar o marketing da empresa, o networking e ter foco. Objetivos definidos economizam tempo, concentram dedicações e aumentam as chances de resultados satisfatórios. E ainda, ter diferenciais em relação aos concorrentes, é por meio deles que uma organização consegue vantagem competitiva.

Diante do exposto surgiu o seguinte questionamento:

De que forma a qualidade do ciclo de serviços ofertados pelo Auto Posto Lins Shell atende às expectativas de seus clientes?

Em resposta a tal questionamento surgiu a seguinte hipótese:

A qualidade dos serviços ofertados aliados a diversidades de produtos, cordialidade no atendimento, infraestrutura, localização fazem com que o ciclo de serviços atenda às expectativas dos clientes do Auto Posto Shell Lins.

A metodologia utilizada teve base em teorias e pesquisas realizadas e revisão bibliográfica de acordo com os conceitos dos autores. Foi realizada a pesquisa descritiva com abordagem qualitativa e quantitativa e os métodos utilizados foram: estudo de caso, observação sistemática, histórico e estatístico.

Desta forma, neste estudo pretende-se identificar os fatores determinantes da qualidade no atendimento ao cliente e quais as influências desta na atração e fidelização da clientela.

## 1 AUTO POSTO LINS SHELL

O Auto Posto Lins Shell conhecido como "Posto Shell", fica situado nos altos da cidade, em lugar nobre e iniciou suas atividades em 1.976, sendo um dos mais antigos da cidade.

Desde sua abertura até os anos de 2001 era de propriedade da empresa Shell Brasil que locava o mesmo para os "Operadores" que detinham o chamado "Fundo

de Comércio". Em 2001 os atuais proprietários adquiriram o negócio e passaram a atuar como revendedores operadores.

Em 2003 os mesmos adquiriram a propriedade da Cia Shell desta data em diante passaram a ter vínculo de contrato de revenda por tempo delimitado. Em 2011, promoveram uma reforma completa do imóvel, tendo modernizado totalmente as instalações, inclusive com a construção de uma galeria composta por 10 lojas, que são alugadas para diferentes seguimentos.

## 2 QUALIDADE

Segundo Kotler (2000, p.79) "qualidade é a totalidade dos atributos e características de um produto ou serviço que afetam sua capacidade de satisfazer as necessidades declaradas ou implícitas".

O termo qualidade vem do latim *qualitate*, qualidade é o grau de utilidade esperado ou adquirido de qualquer coisa, verificável através da forma e dos elementos constitutivos do mesmo e pelo resultado do seu uso. A palavra "qualidade" tem um conceito subjetivo que está relacionado com as percepções, necessidades e resultados em cada indivíduo.

### Controle da Qualidade Total

O TQC, ou Total Quality Control (Controle de Qualidade Total), é uma técnica que envolve toda a administração, que trabalha com programas, ferramentas e técnicas nos processos da empresa. O conceito de qualidade total proporciona a satisfação e aprovação de todas as pessoas envolvidas no processo, clientes, funcionários e acionistas.

Atualmente, com mudanças constantes da tecnologia, a empresa precisa sempre buscar maneira para adquirir a qualidade total. O princípio da qualidade total é garantir que os clientes estejam satisfeito com o atendimento e os serviços prestados. Para que isso ocorra, a empresa pode buscar análise de satisfação, empregando o diálogo com os clientes.

"O controle de qualidade, no contexto do controle de qualidade total, é exercer o controle sobre as dimensões da qualidade, o objetivo mais importante deste controle é garantir a qualidade do seu produto". (FALCONI, 1940, p.41).

Para garantir o funcionamento, é preciso à dedicação de todos os setores, para obter um resultado significativo, é necessário planejar, avaliar e manter, para testificar

a qualidade do sistema. Com esse princípio, deve haver supervisão bem como valorizar os profissionais para que possam se dedicar melhor em suas áreas.

Os processos devem virar hábitos dentro da empresa, pois o controle de qualidade contribui para certificar os serviços e não haver desperdícios ou erros na produção.

### 3 ATENDIMENTO

1. Dar ou prestar atenção; escutar, ouvir. 2. Estar atento; atentar; observar. 3. Dar audiência a; receber. 4. Dar despacho favorável a; acatar; aprovar; deferir. 5. Tomar em consideração; levar em conta; considerar. 6. Dar atenção a; acatar; escutar; ouvir; respeitar. 7. Dar atendimento a; prestar auxílio; socorro; acudir; socorrer (MICHAELIS, 2018).

Neste sentido Leal (2014), afirma que: “O atendimento é o momento da verdade, é nele que acontece a interação entre o cliente e a empresa, estabelecendo uma relação de confiança, fidelidade, respeito e que pode ser lucrativa para ambos”.

Sendo assim, um atendimento inicia-se em responder e resolver as questões acima e buscar uma forma de se realizar a satisfação do cliente, pois, muitas das vezes o cliente vai até a empresa sem saber na verdade o que quer e cabe à pessoa que está atendendo realizar a resolução deste problema (TANI, p.20).

A qualidade do atendimento, deve-se estabelecer o limite entre o que é certo e errado, a questão de qualidade não está relacionada a coisas incríveis, mas sim com simplicidade, ou seja, saber utilizar esses instrumentos gera um crescimento na empresa

Para que haja um bom atendimento pessoal, é de se esperar que os responsáveis pelo atendimento reúnam um conjunto de competências que permitam a satisfação das expectativas dos clientes em relação ao atendimento, mesmo nos casos em que os clientes não tenham razão. Dentre essas competências, destacam-se conhecimento, saber se comunicar, empatia e capacidade de gerenciar crises. Isso é esperado, também, que tenham autonomia para resolver problemas. (SILVA; ZAMBOM, 2015).

Para que sejam realizados esses atendimentos de competência, é necessário que eles tenham um treinamento eficaz, e cabe a cada organização definir sua capacitação e de seus atendentes sendo abordadas certas indagações como e que tipo de atendimento é necessário para realiza-los.



#### **4 CLIENTE**

a) O cliente é a pessoa que compra produtos das empresas para consumo próprio ou distribuição dos mesmos; b) O cliente é, sem dúvida, a pessoa mais importante em qualquer tipo de negócio; c) O cliente não depende de nós, nós é que dependemos dele; d) O cliente não interrompe o nosso trabalho, ele é a razão do nosso trabalho; e) O cliente não significa apenas dinheiro no caixa. Ele é, antes de tudo, um ser humano e precisa ser tratado com respeito e consideração; f) Sem clientes, as portas de qualquer empresa seriam fechadas. (BUCHMANN, 2005, p. 01)

Antigamente, o cliente era apenas aquele que comprava o produto ou serviço da empresa, hoje não se tem mais esse entendimento, pois é preciso se preocupar com a relação dada a um cliente, pois um cliente insatisfeito pode gerar grandes prejuízos.

#### **5 A PESQUISA**

O processo de atendimento compreende a totalidade da empresa todos os produtos ou serviços e de todos que mantém qualquer relação com clientes. Com tantos avanços no mercado e diferentes métodos para alcançar clientes na gestão da qualidade, o atendimento de qualidade e sua excelência é um dos grandes pontos de uma empresa,

No negócio, o atendimento ao cliente é um dos aspectos mais importante, sendo que o cliente é o principal objetivo do negócio, que todo negócio deve ser voltado ao cliente, sendo que só permanecerá se o cliente estiver disposto a continuar comprando o produto/serviço. (CHIAVENATO, 2005, p. 209).

Deste modo, é necessário compreender que o atendimento de qualidade não se resume somente no tratamento especial ou benefícios dado ao cliente, é necessário apresentar um atendimento onde o cliente volte na empresa e ainda indique a alguém especificando o bom serviço e atendimento.

O atendimento ao cliente é o teste final, você pode fazer tudo em termos de produto, preço e marketing, mas a não ser que você complete o processo com um atendimento ao cliente incrivelmente bom e corre o risco de perder o negócio ou até mesmo sair do negócio. (FREEMANTLE, 1994, p 13).

Quando a qualidade do atendimento traz um bom resultado ao decorrer do processo evita vários fatos como correção de erros, tempos e matérias que pode

ocasionar grande gasto para empresa. Lobos (1993, p. 13), expressa que “quem determina se a qualidade de um serviço é boa ou não é o cliente”,

O Auto Posto Lins Shell está situado em um ponto de referência da cidade de Lins, na Avenida Floriano Peixoto na rotatória Memorial do 37 BIL (Batalhão de Infantaria Leve), cercado por diversos estabelecimentos voltados a entretenimento (restaurantes, lanchonetes e casas noturnas).

Devido ao comércio local, a rotatividade de pessoas de todas as idades é grande. Sendo o primeiro posto logo na entrada da cidade ligado às rodovias Marechal Rondon e BR 153, o Auto Posto Lins Shell torna-se privilegiado com o fluxo de viajantes.

Com mais de 20 anos de experiência em mercado o Auto Posto Lins Shell busca cada vez mais a importância da imagem corporativa da empresa, pois é essencial para os negócios e é uma das características do negócio que faz com que os consumidores tenham confiança nele. Por isso, a escolha da bandeira Shell Brasil, devido uma boa imagem, valores e objetivos de maior segurança. Quando a empresa pensar na sua marca, deve também pensar em todas as vantagens que ela oferece.

Para a realização da pesquisa utilizou-se dos seguintes métodos e técnicas: Método de Estudo de Caso: foi realizado um estudo de caso na empresa Auto Posto Shell Lins, analisando a importância da gestão da qualidade no atendimento clientes;

## 6 O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DO AUTO POSTO LINS SHELL

### Caracterização da amostra

Com o objetivo de verificar a importância da gestão da qualidade no atendimento ao cliente, foi realizada uma pesquisa de campo descritiva com abordagem qualitativa e quantitativa na empresa Auto Posto Shell Lins, no período de fevereiro a outubro de 2020. Foram entrevistados o total 100 clientes.

Tabela 1: Gênero

21%	79%
Feminino	Masculino

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

Conforme os dados coletados na pesquisa, o gênero masculino é o que mais frequenta a empresa, com um percentual de 79%, enquanto o feminino corresponde a 21%.

Tabela 2: Idade

0%	2%	10%	17%	71%
Até 14 anos	15 a 20 anos	21 a 30 anos	31 a 40 anos	Acima de 40 anos

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

Nota-se que a maioria do público que frequenta o Auto Posto Lins Shell está na faixa de acima de 40 anos, caracterizando 71%. Com esse dado constatamos uma fidelização de um público mais experiente que procura qualidade.

Tabela 3: Estado Civil

30%	63%	6%	1%	0%
Solteiro (a)	Casado (a)	Separado (a) / Divorciado (a)	Viúvo (a)	Outros

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

Nota-se que a maioria do público que frequenta o Auto Posto Lins Shell está na faixa de acima de 40 anos, caracterizando 71%. Com esse dado constatamos uma fidelização de um público mais experiente que procura qualidade.

Tabela 3: Estado Civil

0%	19%	49%	32%
Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós Graduação

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

Com 49% dos frequentadores com grau de ensino superior, reforça a questão que o Auto Posto Lins Shell se encontra em uma excelente localização com acesso a grandes empresas.

Tabela 5: Renda mensal

0%	11%	48%	43%	0%
Até um salário mínimo	De 1 a 2 salários mínimos	De 3 a 4 salários mínimos	De 5 a 6 salários mínimos	Acima de 7 salários mínimos

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

Observa-se que o a maioria está em uma faixa de renda de 3 a 4 salários mínimos com 48%, com a faixa entre 5 e 6 salários mínimos logo a seguir, que corresponde a 43%.

Tabela 6: Frequência



21%	61%	18%
Diariamente	Semanalmente	Mensalmente

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

Analisa-se que 61% dos clientes frequentam o Auto Posto Lins Shell semanalmente, evidenciando uma fidelização do cliente.

Tabela 7: Satisfação com os frentistas

7%	93%	0%	0%
Ótimo	Bom	Regular	Ruim

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

No tocante a satisfação em relação ao atendimento dos frentistas, os clientes se mostram quase totalmente satisfeitos com 93% classificando o atendimento bom, e 7% o classificando como ótimo.

Tabela 8: Mix de produtos e ciclo de serviços

64%	36%
Sim	Não

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

O mix de produtos e o ciclo de serviços oferecidos é de conhecimento de 64% dos clientes e 36% não. Esse fenômeno pode caracterizar uma falta de divulgação no tocante aos produtos e serviços da empresa.

Tabela 9: Satisfação quanto ao o mix de produtos e o ciclo de serviços

11%	53%	0%	0%	36%
Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Não conheço

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

No tocante a satisfação quanto ao o mix de produtos e ciclo de serviços oferecidos, 53% dos entrevistados classificaram como bom, mas em contra ponto 36% afirmam não conhecer o mix de produtos e o ciclo de serviços.

Tabela 10: Qual o seu grau de satisfação em relação à qualidade dos produtos e serviços oferecidos pelo Auto Posto Lins Shell?

16%	84%	0%	0%
Ótimo	Bom	Regular	Ruim

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020

Observando a Tabela 10, 84% classificam como bom seu grau de satisfação em relação à qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

Tabela 11: Os produtos e serviços oferecidos atende suas necessidades

100%	0%	0%
Sempre	Às vezes	Nunca

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

Nota-se que 100% dos clientes afirmam que os produtos e serviços oferecidos atende suas necessidades.

Tabela 12: Avaliação do atendimento.

14%	86%	0%	0%
Ótimo	Bom	Regular	Ruim

Fonte: Dados coletados pelos autores 2020.

Constata-se que 86% dos clientes do Auto Posto Lins Shell avaliam como bom e outros 16% como ótimo o atendimento, percebendo como a empresa tem o atendimento como prioridade.

## 7 PARECER FINAL DO CASO

A pesquisa de campo teve como finalidade observar o grau de satisfação dos clientes do Auto Posto Lins Shell no tocante a qualidade do atendimento e seu mix de produtos e serviços.

Para tal pesquisa, foram aplicados questionários com perguntas de múltipla escolha ao consumidor. Foi realizada uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa e quantitativa com uma amostra de 100 clientes.

Com a tabulação dos resultados foi possível observar os perfis dos clientes, sendo o gênero masculino a maior parte de seus frequentadores, 49% possuem ensino superior, prevalecendo à classe média alta e na faixa etária acima de 40 anos.

A pesquisa apresentou resultados positivos em relação ao atendimento dos frentistas, quanto ao mix de produtos e o ciclo de serviços, qualidade dos produtos oferecidos e na questão dos produtos e serviços atender às necessidades dos clientes.

Entretanto, observou-se que há necessidade de uma melhor divulgação de seu mix de produtos e serviços.

Com resultados positivos no tocante ao atendimento ao cliente e a qualidade de seus produtos e serviços e atrelado a sua localização estratégica, isso traz uma fidelização dos consumidores, com eles cada vez mais exigentes, a qualidade deve se manter como o foco principal da empresa.

É importante salientar que a organização deve se manter em um constante estado de melhoria contínua, através de treinamentos, aumento na diversidade de produtos e serviços com a qualidade em primeiro lugar, dessa maneira há a fidelização e a adição de novos consumidores.

## CONCLUSÃO

A Gestão da Qualidade no atendimento ao cliente se torna umas das principais maneiras de fidelização do consumidor, tendo como destaque a maneira que a empresa se coloca de sempre estar em continua melhoria, por meio de treinamentos de funcionários, qualidade dos produtos e serviços oferecidos, como se relaciona com seu cliente em todos os aspectos do atendimento.

O gestor tem como obrigação ter o conhecimento em relação a Qualidade Total, na teoria quanto na pratica, sabendo colocar em prática as ferramentas disponíveis com a destreza que é necessária. Isso é de suma importância para a transmissão de conhecimento no tocante ao atendimento aos seus funcionários, sempre transparecendo a confiança em suas ações. Sendo assim, todos os métodos de gestão da qualidade utilizados são essenciais para a sobrevivência da empresa.

Com os dados coletados na pesquisa transpareceu o alto grau de satisfação dos clientes com relação ao atendimento dos frentistas e no tocante a qualidade dos produtos oferecidos. O Auto Posto Shell Lins sendo um distribuidor de produtos Shell, traz uma confiança a mais aos seus consumidores, tornando um diferencial competitivo, fidelizando seu cliente com mais esse diferencial.

Analisando a empresa com relação aos métodos adotados na fidelização de seus clientes, percebemos a preocupação com relação ao treinamento de seus funcionários, excelente qualidade de seus produtos e mix de serviços, com um ambiente de trabalho descontraído que fazem com que seus funcionários cada vez mais se empenhe em sempre trazer o melhor atendimento, que é de suma importância para o constante crescimento com relação à qualidade no atendimento.

## REFERÊNCIAS

BERGMANN, N.; SCHEUNEMANN, R.; POLACINSKI, E. Ferramentas da qualidade: definição de fluxogramas para a confecção de jalecos industriais. In: 2ª semana internacional das engenharias da fahor, 2., 2012, Horizontina - RS. Anais... Rio Grande do sul: FAHOR, 2012, p. 1-4

FALCONI, V. Controle da qualidade total no estilo japonês. Minas Gerais, 1992. Disponível em:<<https://www.shell.com.br>. > Acesso em: 1 mai. 2020.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

Leal, I. M. A percepção dos clientes universitários sobre a qualidade nos serviços prestados pelo banco Santander, agência 4182. 2014. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Paraíba.

LOBOS.J. Encantando o Cliente externo e interno. 7.ed., São Paulo: 1993.

MICHAELIS – Qualidade- Dicionário da língua portuguesa – Disponível em <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/qualidade/#:~:text=1%20Atributo%2C%20condi%C3%A7%C3%A3o%20natural%2C%20propriedade,talento%2C%20virtude%3A%20%E2%80%9CD.>> acesso 27.10.2020.

SILVA, F.G. D., ZAMBON, M. S. Gestão de relacionamento com o cliente: 3ª edição. São Paulo, 2015. Disponível em:<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522119349/>.> Acesso em: 24 mai. 2020.

TANI, Z. R. Atendimento ao público. São Paulo, 2018. Disponível em:<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536530628/>.> Acesso em: 24 mai. 2020.