



A realidade de uma Ouvidoria

*Anis Nacfur **

A importância da Ouvidoria e seu papel em uma organização, está sendo gradativamente compreendida, deve ser vista como um processo lento, gradual e que envolve aprendizado e compreensão, principalmente porque permanecem aspectos conflituosos que dificultam o trabalho das ouvidorias.

A capacidade da organização estabelecer e consolidar o relacionamento com seus clientes, pode ser apontada como um diferencial de efetividade não teria melhor eficiência organizacional. São muitos os mecanismos e instrumentos utilizados pelas empresas para aproximar-se de seus clientes, conhecer suas necessidades e opiniões sobre a organização. Um desses mecanismos, considerado, real, moderno e mais democrático é a Ouvidoria.

Muito embora o canal de relacionamento com clientes, convencionado como OUVIDORIA, esteja presente na maioria das empresas públicas ou privadas, de médio e grande porte, a compreensão sobre o real papel da Ouvidoria ainda está muito difusa, tanto para os clientes de um modo geral, aí incluindo fornecedores, prestadores de serviços, usuários, consumidores e os cidadãos em geral, como também para os gestores da organização, entendidos como tais as pessoas que são responsáveis pela tomada de decisões.

A Ouvidoria, por intermédio do Ouvidor, tem como atribuição básica, atuar na defesa dos direitos e interesses da sociedade em geral, notadamente dos clientes e usuários, atuais ou potenciais, contra atos e omissões cometidos pela Empresa, com a finalidade de zelar para que a instituição atue com eficiência e mantenha crescente o prestígio de que desfruta perante a sociedade.

No desempenho de suas atribuições, o Ouvidor, entre outras ações, recebe, apura a procedência e busca soluções para reclamações e sugestões; mantém-se informado sobre o funcionamento da Embrapa e em particular de suas Unidades Centrais e Descentralizadas e, atua de forma a evitar problemas ou danos ao patrimônio físico e técnico ou à imagem da Empresa ou de seus empregados.

Do lado dos clientes, nota-se uma visão distorcida de que a Ouvidoria deve sempre resolver todos os seus problemas, mesmo quando a demanda efetuada não tem qualquer fundamento. É a idéia de dar sempre razão ao cliente, mesmo quando ele não a tem. Este sentimento coloca a Ouvidoria, muitas vezes, como inoperante ou incompetente, o que pode vir prejudicar sua credibilidade.



Da parte dos gestores, a reação mais comum é de revolta e não aceitação ou incompreensão das reclamações relativas à sua gestão. Para estes, que muitas vezes negligenciam os clientes e suas demandas, a Ouvidoria é vista como uma ameaça e em muitos casos um adversário incomodo e “chato”. O grande perigo para a ação da Ouvidoria é que se crie uma “barreira” gerencial dificultando suas atividades.

O que precisa ser registrado com clareza, e entendido por todos os clientes e gestores, é que a Ouvidoria é um canal isento e ético que a própria organização criou, dando-lhe alguma facilidade para, sempre que for necessário, cobrar, informar e reivindicar solução para conflitos e problemas apontados pelos clientes, que normalmente no processo burocrático é visualizado e analisado com a agilidade e profundidade necessárias.

Neste ponto, é de fundamental importância que a Direção Superior da Empresa não só demonstre, com atos e fatos, que a Ouvidoria deve receber atenção especial de todos os gestores da Empresa, bem como acolha as indicações e recomendações do Ouvidor em relação as demandas e conflitos presentes ou potenciais de tal maneira que os gestores respeitem e atendam as buscas da Ouvidoria. Esta na verdade, tem sido a grande barreira para a credibilidade do Ouvidor junto aos clientes internos e externos.

O que a Ouvidoria busca é, que não há ilegalidade nem prejuízo para a instituição, o fato de viabilizar o bem estar e a satisfação dos clientes, mesmo que para tanto, um gestor deve às vezes repensar uma decisão tomada. A história dessa relação empresa/cliente mostra que, sempre que o cliente é atendido em suas demandas, todos ganham, a empresa, o gestor e o público. Assim, o que se espera e se quer, é que as partes desta importante equação, cliente + empresa, com a intermediação da Ouvidoria, quando for preciso, encontrem o ponto de equilíbrio e a solução ideal para todas as questões.

Janeiro/2004