

ÍNDICE DE CORTESIA EMPRESARIAL

# Relatório de Auditoria

*Casa Aurora, Lda.*

Cadeia de lojas de artigos para a casa · 12 lojas · empresa fictícia

Seis percursos: Cliente · Reclamação · Candidato · Fornecedor · Equipa · Digital

Período de observação: 1 a 30 de Setembro de 2026

52

nota global, sobre 100

Auditoria conduzida e assinada por Jorge Humberto Gameiro

Documento confidencial. Pertence à empresa auditada e não é publicado nem citado.

*Etiquette360online*

## RESUMO

## O que vimos, numa página

A Casa Aurora recebe bem quem entra na loja e perde quem chega por outra porta. A cortesia presencial está acima da média; o recrutamento, os fornecedores e a gestão de reclamações estão abaixo. E há um sinal que explica parte do resto: a forma como as chefias corrigem a equipa em público. É aí que a empresa está a perder pessoas em silêncio.

| Percurso            | Sub-nota        | Leitura                                                                            |
|---------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Cliente             | <b>73%</b>      | Forte ao balcão, fraco no pós-venda e no momento de pagar em horas de ponta.       |
| Atendimento digital | <b>60%</b>      | Chatbot responde ao básico; passagem para uma pessoa pouco visível.                |
| Reclamação          | <b>48%</b>      | Resposta rápida mas de formulário; solução sem prazo; nenhum gesto de recuperação. |
| Equipa e chefias    | <b>55%</b>      | Boa cortesia entre colegas; correcções feitas em público e acolhimento sem tutor.  |
| Fornecedor          | <b>40%</b>      | Proposta acusada tarde, reunião desmarcada, decisão nunca comunicada.              |
| Candidato           | <b>36%</b>      | Acuse automático e depois silêncio; a decisão nunca foi comunicada.                |
| <b>Nota global</b>  | <b>52 / 100</b> | Média das sub-notas dos seis percursos testados.                                   |

### As três prioridades

1. Comunicar todas as decisões, a candidatos e a fornecedores, incluindo as negativas. São os dois percursos com nota mais baixa, e os mais baratos de corrigir.
2. Corrigir sempre em privado. Uma regra simples para as chefias; a forma como a equipa é tratada por dentro é a forma como vai tratar os clientes por fora.
3. Substituir a resposta-modelo às reclamações por um guião de cinco passos com prazo e contacto de recuperação.

Como ler este relatório: cada critério é pontuado de 0 a 5 com base num episódio real e documentado (neste exemplo, fictício). A sub-nota é a percentagem de pontos obtidos no percurso; a nota global é a média das sub-notas. Nenhuma nota existe sem prova.

## EPISÓDIOS DOCUMENTADOS

## O que aconteceu, com provas

No relatório real, cada critério tem o seu episódio, com data, hora, canal, capturas e tempos medidos. Aqui fica um por percurso, para mostrar o formato.

### Cliente · L6 · O momento de pagar

Contexto. Loja do Porto, sábado, 17h40. Fila de seis pessoas, uma caixa aberta.

O que aconteceu. Operadora não cumprimentou, não disse o valor em voz alta, entregou o talão sem olhar. Ao pedido de factura com NIF respondeu com um suspiro audível. Sem despedida. Tempo na caixa: 1 min 50 s. Na mesma loja, numa terça às 11h, a mesma operadora teve nota 5.

Nota: 2 / 5

Prova: Nota escrita à saída · talão com hora

### Reclamação · R1 e R3 · Reconhecimento e solução

Contexto. E-mail enviado a 8 Set: jarro entregue com fissura, pedido de troca.

O que aconteceu. Resposta em 3 horas (bom), começando por "Lamentamos qualquer inconveniente causado". Pedidas três fotografias e o número da encomenda, que já constava do e-mail. Solução: "vamos analisar". Sem prazo. Troca concluída a 22 Set, sem contacto posterior.

Nota: R1: 2 / 5 · R3: 2 / 5

Prova: Capturas dos 4 e-mails

### Candidato · C4 · Comunicação da decisão

Contexto. Candidatura a assistente de loja, portal da empresa, 2 Set.

O que aconteceu. Acuse automático em 1 minuto, sem nome e sem prazo. Nenhuma mensagem posterior. A 30 Set, fim da janela, a vaga já não estava publicada. A decisão nunca foi comunicada.

Nota: 0 / 5

Prova: Captura do acuse · captura da vaga retirada

### Fornecedor · F2 e F4 · Resposta e comunicação da decisão

Contexto. Proposta de embalagens recicladas enviada ao e-mail de compras indicado no site, 3 Set, seguida de um pedido de reunião a 10 Set.

O que aconteceu. Acuse humano a 8 Set (5 dias úteis), cordial. Reunião marcada para 17 Set e desmarcada uma hora antes, sem nova data. Nenhum contacto até ao fim da janela, a 30 Set; a decisão nunca foi comunicada. Transparência: não existe política de compras nem critérios publicados.

Nota: F2: 2 / 5 · F4: 0 / 5

Prova: Capturas dos e-mails · registo da reunião desmarcada

**Equipa e chefias · E1 e E3 · Acolhimento e correcção de erros**

Contexto. Com autorização da direcção e sem aviso à equipa. Loja de Lisboa, três visitas (terça 10h, quinta 13h, sábado 18h) e duas conversas confidenciais.

O que aconteceu. Sábado, 18h10: a responsável de loja corrigiu um erro de troco em voz alta, ao balcão, à frente de três clientes. Em conversa, um colaborador com duas semanas de casa disse ter começado "sem ninguém destacado para me explicar"; aprendeu com os colegas. Em contrapartida, a passagem de turno foi cordial e com troca de informação nas três visitas.

Nota: E1: 2 / 5 · E3: 1 / 5

Prova: Notas de visita · notas de conversa, sem identificação

**Atendimento digital · D3 · Passagem para uma pessoa**

Contexto. Site, 15 Set, 21h10. Pergunta: "posso trocar numa loja um artigo comprado online?"

O que aconteceu. O chatbot respondeu correctamente à segunda formulação. A opção "falar com uma pessoa" só apareceu ao quarto pedido. Espera anunciada de "até 24 h"; resposta humana no dia seguinte às 10h, sem referência ao que tinha sido escrito ao chatbot.

Nota: 2 / 5

Prova: Transcrição completa · 9 min de interacção

PONTOS FORTES

O que já funciona

- Cumprimento à entrada em menos de 20 segundos em 9 das 10 visitas, em quatro lojas diferentes.
- Respostas por escrito rápidas: todas as mensagens de cliente tiveram resposta em menos de 24 horas.
- Coerência de preços e condições entre site, chatbot e loja: nenhuma contradição encontrada.
- Equipa de loja com bom conhecimento de produto: todas as perguntas técnicas foram respondidas sem reencaminhamento.
- Boa cortesia entre colegas: cumprimento, passagem de turno com informação e ajuda espontânea nas três visitas.

RECOMENDAÇÕES

Dez recomendações, por ordem de impacto

| #  | Recomendação                                                                                 | Impacto | Esforço |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|
| 1  | Comunicar todas as decisões de recrutamento, com modelo de recusa personalizado.             | Alto    | Baixo   |
| 2  | Responder a todas as propostas de fornecedores em 10 dias úteis, incluindo as recusas.       | Alto    | Baixo   |
| 3  | Regra para chefias: correcções sempre em privado. Sessão de 2 horas às responsáveis de loja. | Alto    | Baixo   |
| 4  | Substituir a resposta-modelo das reclamações por guião de cinco passos com prazo.            | Alto    | Baixo   |
| 5  | Segunda caixa obrigatória com fila de 4 ou mais pessoas, aos sábados.                        | Alto    | Médio   |
| 6  | Tutor designado para cada colaborador novo nas duas primeiras semanas.                       | Médio   | Baixo   |
| 7  | Contacto de recuperação 7 dias após cada reclamação resolvida.                               | Médio   | Baixo   |
| 8  | Opção "falar com uma pessoa" visível desde a primeira mensagem do chatbot.                   | Médio   | Baixo   |
| 9  | Publicar critérios e contacto de compras para fornecedores.                                  | Médio   | Médio   |
| 10 | Repetir a medição em três meses, nos mesmos percursos.                                       | Médio   | Baixo   |

O relatório real inclui ainda os episódios de todos os critérios testados, a metodologia completa, um anexo de provas e uma reunião de apresentação de uma hora. A opinião pessoal e o plano de solução são propostos à parte, se a empresa o pedir.

Pedir uma proposta: [info@etiquette360online.com](mailto:info@etiquette360online.com) · [etiquette360online.com/auditoria](https://etiquette360online.com/auditoria)