



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO  
CAMPUS RIO VERDE  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**BRUNA ALVES DE OLIVEIRA**

**RELATO DE EXPERIÊNCIA: USO DO PINK APP CONECTADO AO  
WHATSAPP COMO ESTRATÉGIA DE CENTRALIZAÇÃO DO  
ATENDIMENTO AO CLIENTE**

**RIO VERDE/GO  
2025**

**BRUNA ALVES DE OLIVEIRA**

**RELATO DE EXPERIÊNCIA: USO DO PINK APP CONECTADO AO  
WHATSAPP COMO ESTRATÉGIA DE CENTRALIZAÇÃO DO  
ATENDIMENTO AO CLIENTE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Bacharelado de Administração do Instituto Federal Goiano – Câmpus Rio Verde, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof.<sup>a</sup> Dra. Lídia Nunes de Ávila Carvalhaes

**RIO VERDE/GO  
2025**

**Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do  
Programa de Geração Automática do Sistema Integrado de Bibliotecas do IF Goiano - SIBi**

O48r      Oliveira, Bruna Alves de  
            Relato de Experiência: Uso do Pink App Conectado ao  
            Whatsapp como Estratégia de Centralização do Atendimento ao  
            Cliente / Bruna Alves de Oliveira. Rio Verde/GO 2025.

            25f. il.

            Orientadora: Profª. Dra. Lídia Nunes de Ávila Carvalhaes.  
            Tcc (Bacharel) - Instituto Federal Goiano, curso de 0220293 -  
            Bacharelado em Administração - Rio Verde (Campus Rio Verde).  
            I. Título.

# TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO

## PARA DISPONIBILIZAR PRODUÇÕES TÉCNICO-CIENTÍFICAS

### NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO IF GOIANO

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano a disponibilizar gratuitamente o documento em formato digital no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF Goiano), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IF Goiano.

#### IDENTIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO TÉCNICO-CIENTÍFICA

- ☐ Tese (doutorado)  
☐ Dissertação (mestrado)  
☐ Monografia (especialização)  
☒ TCC (graduação)

- ☐ Artigo científico  
☐ Capítulo de livro  
☐ Livro  
☐ Trabalho apresentado em evento

☐ Produto técnico e educacional - Tipo:

Nome completo do autor:  
Bruna Alves de Oliveira

Matrícula:  
2022102202930511

Título do trabalho:

Relato de Experiência: Uso do Pink App Conectado ao Whatsapp como Estratégia de Centralização do Atendimento ao Cliente

#### RESTRIÇÕES DE ACESSO AO DOCUMENTO

Documento confidencial: ☒ Não ☐ Sim, justifique:

Informe a data que poderá ser disponibilizado no RIIF Goiano: 04 /02 / 2026

O documento está sujeito a registro de patente? ☐ Sim ☒ Não

O documento pode vir a ser publicado como livro? ☒ Sim ☐ Não

#### DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

O(a) referido(a) autor(a) declara:

- Que o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- Que obteve autorização de quaisquer materiais inclusos no documento do qual não detém os direitos de autoria, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- Que cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano.

Documento assinado digitalmente  
  
BRUNA ALVES DE OLIVEIRA  
Data: 23/02/2026 10:52:11-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Rio Verde - GO  
Local

04 /02 /2026  
Data

Ciente e de acordo:

Assinatura do(a) autor(a)



Documento assinado digitalmente  
LIDIA NUNES DE AVILA CARVALHAES  
Data: 25/02/2026 15:32:01-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Assinatura do(a) orientador(a)



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

Ata nº 54/2025 - GEPTNM-RV/DE-RV/CMPRV/IFGOIANO

**ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CURSO**

Aos **onze** dias do mês de dezembro de 2025 às 08h00, reuniu-se a banca examinadora composta pelos docentes: Dra. Lídia Nunes de Ávila Carvalhaes (orientadora), Ma. Samantha Rezende Mendes (membro) e Me. Jhonata Sato de Lima (membro), para examinar o Trabalho de Curso intitulado “Relato de experiência: uso do Pink App conectado ao WhatsApp como estratégia de centralização do atendimento ao cliente” da estudante Bruna Alves de Oliveira, Matrícula nº 2022102202930511 do Curso de Bacharelado em Administração do IF Goiano – Campus Rio Verde. A palavra foi concedida a estudante para a apresentação oral do TC, houve arguição pelos membros da banca examinadora. Após tal etapa, a banca examinadora decidiu pela APROVAÇÃO da estudante. Ao final da sessão pública de defesa foi lavrada a presente ata que segue assinada pelos membros da Banca Examinadora.

*(Assinado Eletronicamente)*

Ma. Lídia Nunes de Ávila Carvalhaes

Orientadora

Ma. Samantha Rezende Mendes

*(Assinado Eletronicamente)*

Membro

*(Assinado Eletronicamente)*

Me. Jhonata Sato de Lima

Membro

**Observação:**

( ) O(a) estudante não compareceu à defesa do TC.

Documento assinado eletronicamente por:

- **Lidia Nunes de Avila Carvalhaes**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO , em 12/12/2025 12:13:22.
- **Samantha Rezende Mendes**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO , em 12/12/2025 13:28:44.
- **Jhonata Sato de Lima**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO , em 12/12/2025 14:47:26.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 12/12/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifgoiano.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

**Código Verificador:** 774198

**Código de Autenticação:** 32a241dcbf



INSTITUTO FEDERAL GOIANO

Campus Rio Verde

Rodovia Sul Goiana, Km 01, Zona Rural, 01, Zona Rural, RIO VERDE / GO, CEP 75901-970

(64) 3624-1000

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida, pela oportunidade de poder construir uma carreira baseada em princípios e sabedoria. Chegar aqui exigiu paciência e compreensão, pois nem tudo saiu como planejado, mas entendo que há tempo para tudo e enfim consegui concluir um dos meus objetivos! Sempre agradeço a Deus, por ter escolhido, Cristiane Alves Pereira e Osnaine Oliveira Costa, para serem meus pais, eles representam minha força, meu colo, minha inspiração e meu amparo. A existência deles me motiva ser uma pessoa melhor e fez com que a caminhada ficasse mais leve, minha eterna gratidão.

Agradeço minhas irmãs Bianca e Beatriz, minhas parceiras e amigas, nós três “juntinhas” minha vida se tem por completa. Obrigada por me ajudar durante esse processo, desde as palavras de motivação até os gestos em servir que fizeram toda diferença na correria do dia a dia.

Agradeço a minha avó Janaguarina Alves Teixeira, seu modelo de ensinamento, amor, paciência e ressignificação, serviram de exemplo para mim e me fez ver que na vida precisamos agir baseado no amor, na fé e no perdão para vivermos em plenitude. Tenho certeza que você vibraria muito com essa conquista, então saiba que você faz parte dela! Sua ausência me deixa saudades, como eu queria que estivesse aqui para ver a primeira de muitas conquistas. Gratidão por todo amor.

Agradeço meus colegas do fundão, que me acompanharam nessa trajetória acadêmica, onde compartilhamos experiências, emoções e diversão.

Muito obrigada a todos os professores, por terem embarcado com nossa turma nesses momentos de aprendizado, desafios e conquistas. Em especial quero agradecer a professora Lídia por topar ser minha orientadora, por me ajudar com seus conhecimentos e por toda delicadeza e paciência comigo durante o desenvolvimento desse trabalho.

Gratidão!

## RESUMO

O presente trabalho apresenta um relato de experiência desenvolvido no setor de atendimento ao cliente de uma empresa de prestação de serviços, demonstrando como a adoção de ferramentas tecnológicas pode contribuir com os processos comunicacionais e organizacionais, além de evidenciar os cuidados necessários quanto ao uso dessas ferramentas digitais no atendimento ao cliente. O estudo descreve os desafios enfrentados antes da implantação do Pink App integrado ao WhatsApp Business, especialmente relacionados à descentralização do atendimento, à duplicidade de contatos e aos ruídos na comunicação interna. Para superar essas dificuldades, a empresa implementou a centralização do atendimento por meio da plataforma digital, o que possibilitou maior controle das interações, melhor acompanhamento das demandas e aperfeiçoamento da gestão do atendimento. A experiência evidenciou melhorias significativas, como maior agilidade nas respostas, redução de falhas operacionais, organização das tarefas e fortalecimento do desempenho da equipe.

**Palavras-Chave:** Comunicação Organizacional; Atendimento ao Cliente; Tecnologia; Ferramentas Digitais; Pink App.

## **ABSTRACT**

This paper presents an experience report developed in the customer service sector of a service company, demonstrating how the adoption of technological tools can contribute to communication and organizational processes, as well as highlighting the necessary precautions regarding the use of these digital tools in customer service. The study describes the challenges faced before the implementation of the Pink App integrated with WhatsApp Business, especially related to the decentralization of customer service, duplicate contacts, and noise in internal communication. To overcome these difficulties, the company implemented the centralization of customer service through the digital platform, which allowed for greater control of interactions, better monitoring of demands, and improved customer service management. The experience showed significant improvements, such as greater speed in responses, reduction of operational errors, organization of tasks, and strengthening of team performance.

**Keywords:** Organizational Communication; Customer Service; Technology; Digital Tools; Pink App.

## **LISTA DE FIGURAS**

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 1</b> - Interface Web do Pink App utilizada no Atendimento | 17 |
| <b>Figura 2</b> – Painel Administrativo do Pink App                  | 18 |

## SUMÁRIO

|                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1.INTRODUÇÃO .....</b>                                                     | <b>8</b>  |
| <b>2.REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>                                             | <b>10</b> |
| 2.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E GESTÃO DO ATENDIMENTO .....                  | 10        |
| 2.2 IMPACTOS DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA COMUNICAÇÃO E NO<br>ATENDIMENTO ..... | 12        |
| <b>3.METODOLOGIA .....</b>                                                    | <b>15</b> |
| <b>4.DESCRICÃO DA EXPERIÊNCIA .....</b>                                       | <b>15</b> |
| <b>5.DISSCUSSÃO E RESULTADOS .....</b>                                        | <b>20</b> |
| <b>6.CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>                                           | <b>22</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                                       | <b>24</b> |

## 1.INTRODUÇÃO

A comunicação assertiva é muito importante dentro das organizações, essencialmente quando se trata de atendimento ao cliente, pois temos um grande desafio em tornar a comunicação mais clara e objetiva, no intuito de cativar o cliente e deixá-lo mais satisfeito. Segundo Fukushima e Sampaio (2024), a esfera da comunicação no meio digital tem tomado cada vez mais espaço nos dias de hoje, tornando mais rápido e fácil a troca de informações e agilidade nas solicitações e resolução dessas demandas. Manter um atendimento humanizado mesmo que, utilizando ferramentas tecnológicas para abordar pessoas é primordial para criar relações estáveis e prósperas com os clientes.

O avanço tecnológico tem transformado significativamente o modo como as empresas interagem com seus clientes. De acordo com Silva Correa e Viegas (2022), ferramentas digitais, como aplicativos, sistemas integrados e plataformas de mensagens instantâneas, possibilitam maior agilidade e personalização no relacionamento com o público. A centralidade da experiência do cliente no ambiente digital reforça a necessidade de inovação contínua nos processos organizacionais.

Sendo assim, a adoção de tecnologias como o Pink App<sup>1</sup>, integrado ao WhatsApp Business<sup>2</sup>, representa uma inovação estratégica que visa centralizar comunicações e otimizar respostas ao cliente. Santos et al. (2024) afirmam que a inovação organizacional deve ser compreendida como um processo contínuo voltado à geração de valor e à melhoria da eficiência.

A escolha do tema centralização do atendimento ao cliente justifica-se pela crescente necessidade das organizações em aprimorar seus processos comunicacionais, garantindo respostas ágeis, padronizadas e eficientes. A comunicação integrada contribui para a redução de ruídos, melhora o fluxo interno de informações e fortalece a imagem institucional (PEREIRA; BONTEMPO, 2023).

Em um cenário em que os consumidores utilizam múltiplos canais digitais para buscar suporte, a centralização do atendimento surge como estratégia fundamental

---

<sup>1</sup> Pink App é uma plataforma de atendimento integrada ao WhatsApp Business, permitindo que múltiplos atendentes atuem em um mesmo número, com recursos de automação, chatbots, organização das conversas e maior capacidade de armazenamento.

<sup>2</sup> WhatsApp Business é a modalidade corporativa do WhatsApp, permitindo gestão profissional do atendimento com ferramentas de automação, catálogo, respostas rápidas, etiquetas e integração via API (Application Programming Interface), uma interface que possibilita a comunicação e a troca de dados entre diferentes sistemas de forma automatizada e segura.

para evitar desencontros de informação, melhorar a qualidade do serviço e otimizar o fluxo interno de trabalho (SILVA CORREA; VIEGAS, 2022). A gestão estratégica da comunicação digital permite maior controle de métricas e acompanhamento das interações, favorecendo decisões mais assertivas.

Este trabalho tem como objetivo relatar a experiência no setor de atendimento de uma empresa de pequeno porte, que possui uma quantidade média de 10 colaboradores e uma cartela com cerca de 100 clientes, localizada na cidade de Rio Verde/GO, que atua há 54 anos no ramo de serviço despachante de veículos. A experiência ocorreu ao longo dos anos de 2022, 2023 e 2024, período em que foi identificada a necessidade de centralização do atendimento, principalmente em razão da ocorrência de ruídos na comunicação e do desencontro de informações decorrentes da descentralização do processo de atendimento ao cliente.

Deste modo, este estudo pretende compreender como a observação crítica e a implantação de soluções práticas podem contribuir para a melhoria da gestão organizacional. Além disso, destaca a importância da adoção de tecnologias digitais utilizadas como ferramentas estratégicas para a comunicação e o atendimento ao cliente. Os objetivos desse relato incluem:

- Identificar os problemas decorrentes da comunicação descentralizada;
- Apresentar a implementação da centralização do atendimento;
- Avaliar os efeitos observados;

Assim o presente estudo estrutura-se a partir da contextualização teórica sobre comunicação organizacional e uso de tecnologia no atendimento ao cliente, seguida da descrição da experiência vivenciada e da análise dos resultados observados após a implantação da centralização do atendimento. Ao final, busca-se evidenciar as contribuições da adoção de soluções tecnológicas para a melhoria dos processos comunicacionais e da gestão do atendimento, destacando seus impactos na eficiência organizacional e na experiência do cliente.

## **2.REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E GESTÃO DO ATENDIMENTO**

A comunicação organizacional é um elemento central para garantir a qualidade do atendimento ao cliente, pois sustenta a interação entre empresa, colaboradores e consumidores. Fukushima e Sampaio (2024), relatam que se trata de um processo relacional que envolve troca de informações e produção de sentidos entre emissor e receptor, influenciando diretamente a construção de conhecimento e a qualidade das relações estabelecidas. Em ambientes voltados ao atendimento, essa dinâmica é determinante para transmitir clareza, agilidade e confiabilidade ao público.

A comunicação organizacional também fornece ferramentas para que as instituições cumpram sua missão e consolidem seus valores diante de seus públicos, incluindo clientes, colaboradores e parceiros estratégicos. Segundo Pereira e Cunha (2022), no contexto empresarial, um atendimento eficiente depende de processos comunicativos alinhados e integrados, capazes de transmitir a identidade organizacional de forma coerente. Quando esses fluxos falham, a experiência do consumidor é impactada negativamente, resultando em ruídos, atrasos e perda de credibilidade.

Além da relação com o público externo, a literatura destaca que uma comunicação interna eficiente favorece o engajamento e o comprometimento dos funcionários, impactando diretamente o atendimento. A comunicação integrada promove participação ativa e melhor entendimento do negócio, auxiliando os colaboradores a desempenhar suas funções de forma mais assertiva. Em setores como comércio e serviços, nos quais a experiência do cliente é decisiva, essa integração torna-se imprescindível (FUKUSHIMA; SAMPAIO, 2024).

A aplicação da comunicação ética no atendimento virtual exige que as organizações adotem valores e princípios que orientem condutas responsáveis no ambiente digital. Pereira (2024) aponta, que a ética empresarial deve ser compreendida como um conjunto de valores que direciona as práticas corporativas e define padrões adequados de interação com os públicos da organização. A ausência

desses princípios pode gerar prejuízos de imagem, insegurança e perda de credibilidade institucional.

No cenário de transformações sociais e tecnológicas, os autores Trindade e Taguchi (2024), relatam que as mudanças no comportamento humano impactam diretamente a forma como as pessoas se comunicam no ambiente digital. Assim, no atendimento realizado por WhatsApp Business, chats ou aplicativos, torna-se necessário que a comunicação seja transparente, clara e acessível. A adoção de práticas éticas e responsáveis fortalece a confiança e contribui para relações mais sólidas com o cliente.

A satisfação de colaboradores e clientes configura-se como indicador essencial do desempenho organizacional. Armstrong (2024), explica que colaboradores motivados tendem a oferecer um atendimento mais humanizado e eficaz, refletindo positivamente na percepção do cliente. A satisfação do consumidor, por sua vez, está relacionada à comparação entre suas expectativas e o desempenho percebido do serviço prestado, influenciando a fidelização e a recomendação do serviço.

A integração entre tecnologia, comunicação eficiente e organização dos processos cria um ambiente de trabalho mais estruturado e reduz falhas operacionais. Nesse contexto, a centralização ou descentralização das atividades influencia diretamente a qualidade, rapidez e eficiência do atendimento. A escolha do modelo deve considerar tanto a padronização quanto a capacidade de adaptação às demandas do cliente (PEREIRA; BONTEMPO, 2023).

A centralização favorece controle, uniformidade das informações e manutenção de padrões de qualidade estáveis, contribuindo para respostas mais coerentes e consistentes. Por outro lado, a descentralização promove agilidade, proximidade com o usuário e maior flexibilidade operacional. O equilíbrio entre esses modelos permite oferecer um atendimento mais humano e eficiente, sem comprometer a consistência e a confiabilidade dos serviços prestados (PEREIRA; BONTEMPO, 2023).

## 2.2 IMPACTOS DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA COMUNICAÇÃO E NO ATENDIMENTO

A emergência das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) transformou significativamente as formas de interação entre pessoas e organizações. Lima et al. (2025) apontam que a popularização da internet e a expansão dos dispositivos digitais inauguraram uma nova era comunicacional, marcada pela velocidade, acessibilidade e multiplicidade de canais. Esse cenário possibilitou interações em tempo real, sem barreiras geográficas, redefinindo os fluxos comunicacionais e estabelecendo uma lógica social baseada na conectividade.

Pereira (2024), explica que no decorrer desse processo histórico, o atendimento ao cliente deixou de ser predominantemente presencial ou telefônico e passou por diferentes fases tecnológicas, como o uso do e-mail, portais web e chats online. Com o avanço das plataformas móveis, a mobilidade digital e a automação passaram a remodelar os processos de atendimento. Dessa forma, o foco deslocou-se para a experiência do usuário, priorizando agilidade, integração e personalização.

Nesse contexto, o WhatsApp surgiu inicialmente como uma alternativa moderna ao SMS (*Short Message Service*), permitindo o envio de textos, imagens, vídeos, documentos, localização e chamadas de voz. Sua interface simples e intuitiva contribuiu para rápida popularização, tornando-se um recurso central da comunicação cotidiana, especialmente no contexto brasileiro. Assim, o aplicativo consolidou-se como mídia social e rede social simultaneamente, fortalecendo vínculos comunicacionais no ambiente digital (DESCONSI, 2025).

Na versão pessoal, o WhatsApp foi projetado para conversas informais e uso individual, priorizando interações espontâneas entre pessoas próximas. De Andrade (2021), afirma que não dispõe de recursos estruturados para controle de demandas ou registro profissional. Por esse motivo, embora amplamente utilizado por microempreendedores, não atende plenamente às exigências das organizações no que se refere à gestão da comunicação corporativa.

De Andrade (2021), demonstra que o WhatsApp Business foi desenvolvido para qualificar a experiência comercial e fortalecer o relacionamento entre empresas e clientes. Essa versão incorpora funcionalidades específicas que ampliam a

eficiência da comunicação organizacional, favorecendo padronização, credibilidade e maior controle dos fluxos de atendimento.

Entre as principais funcionalidades do WhatsApp Business, Andrade (2021) destaca:

1. Fortalecimento da imagem corporativa, por meio da criação de perfil empresarial com descrição, endereço, e-mail, site e categoria comercial;
2. Definição de horários de atendimento, alinhando expectativas e evitando frustrações dos usuários;
3. Envio de localização por GPS, facilitando o acesso ao estabelecimento via Google Maps;
4. Link direto para atendimento, integrável a redes sociais, sites e e-mails;
5. Automação de mensagens, como saudações, ausências e respostas rápidas;
6. Classificação das informações, por meio de etiquetas personalizáveis;
7. Prioridade das informações, com fixação de conversas importantes;
8. Conteúdo temporário, utilizando status para comunicação institucional;
9. Indicadores de mensagens, possibilitando análise do desempenho comunicacional;
10. Funcionalidade Web, permitindo uso em computadores e ampliando a produtividade.

Dessa forma, enquanto o WhatsApp pessoal atende à comunicação cotidiana, o WhatsApp Business estrutura e qualifica a comunicação empresarial. Suas funcionalidades ampliam significativamente as possibilidades de uso profissional; contudo, seu impacto efetivo depende do alinhamento com o planejamento estratégico da comunicação organizacional, garantindo coerência entre ferramenta, discurso e objetivos institucionais (ANDRADE, 2021).

Paralelamente, as organizações passaram a adotar assistentes virtuais e *chatbots* com o objetivo de otimizar a interação com os clientes. Borges (2023), destaca que esses sistemas simulam conversas humanas por meio de softwares capazes de responder dúvidas e executar tarefas simples. Enquanto versões básicas operam por regras predefinidas, soluções mais avançadas utilizam Inteligência Artificial, permitindo interpretação da linguagem natural.

Apesar de benefícios como agilidade, padronização e atendimento contínuo, o uso exclusivo de *chatbots* pode gerar insatisfação nos usuários. Santos et al. (2024),

evidenciam a necessidade de equilíbrio entre automação e atendimento humano, reforçando que a tecnologia deve atuar como suporte estratégico e não como substituta integral das relações interpessoais no atendimento.

Nesse contexto de centralização dos canais conversacionais, surgem plataformas integradoras, como o Pink App<sup>3</sup>, que ampliam as possibilidades do WhatsApp Business. A plataforma é voltada à otimização da comunicação organizacional, centralizando atendimentos externos e internos. Sua integração possibilita maior controle, agilidade e eficiência operacional no relacionamento com o público.

Entre suas funcionalidades, destaca-se a possibilidade de múltiplos atendentes em um único número de WhatsApp, permitindo atendimentos simultâneos. Além disso, o sistema oferece *chatbots* customizáveis, capazes de responder dúvidas recorrentes, filtrar demandas e direcionar atendimentos. A centralização do histórico das interações evita fragmentação e contribui para melhor organização dos processos comunicacionais, conforme consta no site supracitado.

No contexto das interações mediadas por tecnologias digitais, a proteção de dados pessoais torna-se fundamental. Dados pessoais referem-se a informações relacionadas a pessoas identificadas ou identificáveis, conceito incorporado pela Lei Geral de Proteção de Dados brasileira (LGPD). Essa legislação estabelece princípios, direitos e deveres voltados à preservação da privacidade e da autodeterminação informativa dos cidadãos (BRASIL, 2018).

Além disso, a LGPD define os dados pessoais sensíveis, que exigem maior nível de proteção, conforme disposto no artigo 5º, inciso II. Nessa categoria enquadram-se informações como origem racial ou étnica, convicções religiosas, opiniões políticas e dados biométricos. O tratamento inadequado desses dados pode gerar discriminação e violação de direitos fundamentais (BRASIL, 2018).

Assim, a compreensão desses conceitos é essencial para organizações que utilizam WhatsApp Business, *chatbots* ou plataformas integradoras como o Pink App. Garantir o uso ético, seguro e transparente das informações não apenas assegura

---

<sup>3</sup> PINK APP. Monitoramento de WhatsApp corporativo: como garantir o atendimento ideal da sua empresa. Disponível em: <https://www.pinkapp.com/blog/monitoramento-de-whatsapp-corporativo-como-garantir-o-atendimento-ideal-da-sua-empresa>. Acesso em: 04 dez. 2025.

conformidade legal, mas também fortalece a confiança do público e qualifica a comunicação organizacional em ambientes digitais (PEREIRA, 2024).

### **3.METODOLOGIA**

Este trabalho caracteriza-se como um relato de experiência, de natureza qualitativa e descritiva, baseado na vivência profissional no setor de atendimento de uma empresa de pequeno porte localizada na cidade de Rio Verde – GO, que atua há 54 anos no ramo de serviços de despachante de veículos. A experiência ocorreu entre os anos de 2022 e 2024, período em que foi possível observar o funcionamento no setor de atendimento.

A metodologia adotada consistiu na observação direta e participativa, uma vez que a autora deste relato atuou no ambiente analisado, vivenciando as situações descritas e participando ativamente do processo de mudança. As informações foram coletadas a partir da prática cotidiana, interações com a equipe e análise dos resultados após a adoção da nova ferramenta tecnológica.

Pereira (2024), fundamenta a abordagem qualitativa aplicada a estudos organizacionais, por permitir compreender a experiência sob uma perspectiva interpretativa, valorizando as percepções, comportamentos e transformações ocorridas no ambiente de trabalho. A pesquisa qualitativa busca compreender os significados atribuídos às ações humanas e às relações sociais, sendo adequada para estudos que envolvem vivências, práticas profissionais e contextos organizacionais complexos, nos quais o pesquisador está diretamente inserido no campo investigado.

Dessa forma, o presente trabalho não se baseia em dados estatísticos, mas sim na análise crítica da prática profissional, com foco nos processos comunicacionais, na gestão do atendimento ao cliente e nos impactos da inovação tecnológica sobre o desempenho da equipe e a satisfação dos clientes.

### **4.DESCRICÃO DA EXPERIÊNCIA**

Durante minha trajetória em uma empresa no ramo de serviço de despachante de veículos, trabalhando diretamente com atendimento ao cliente tive uma visão crítica sobre a descentralização no atendimento online onde utilizava o aplicativo whatsapp instalado em dois aparelhos celulares e para cada eletrônico um número de

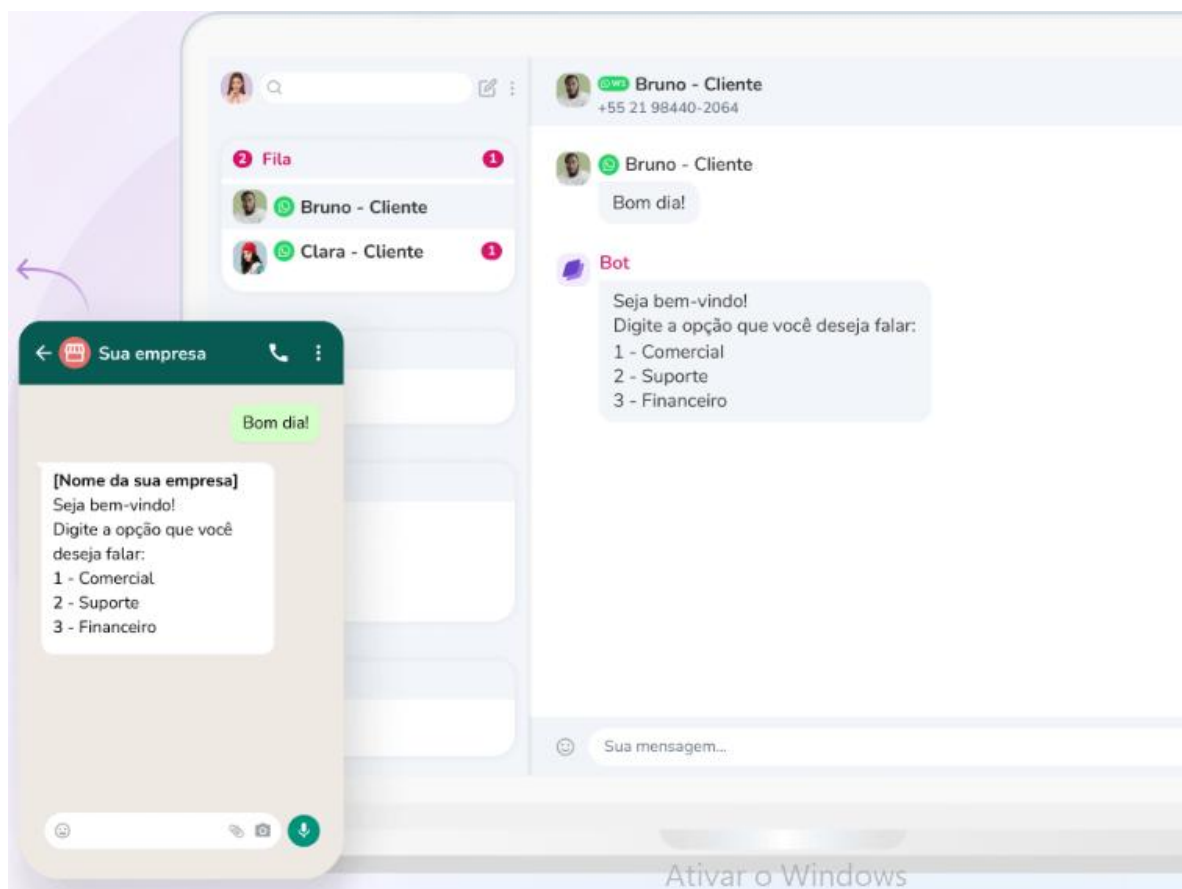
contato diferente, gerando dificuldades na comunicação e conflitos internos. Isso ocorria porque cada colaborador utilizava número e aparelhos diferentes e isso causava problemas de ruídos entre a equipe, retrabalho e duplicidade de serviço. Em algumas situações os clientes entravam em contato ao mesmo tempo com duas atendentes, isso reduzia a produtividade e a eficiência do processo.

A seguir, apresenta-se um exemplo do fluxo de atendimento adotado. O cliente entrava em contato por meio do aplicativo WhatsApp ou presencialmente e manifestava sua demanda. Realizava-se, então, a identificação da necessidade e a abertura de uma ordem de serviço no SIDESP (Sistema de Despachantes), software utilizado pela empresa, no qual eram inseridos os dados pessoais do cliente e elaborado o orçamento do serviço. Em seguida, a documentação necessária era organizada e, mediante o envio do comprovante de pagamento enviado pelo contratante no contato da empresa, efetuava-se a abertura do processo no sistema do DETRAN (Departamento Estadual de Trânsito). Após a conclusão do processo, o cliente era informado e recebia a documentação do seu veículo regularizada, sendo a troca de informações realizada de forma digital, por meio do aplicativo WhatsApp.

Devido essa situação, sugeri à gestão da empresa a necessidade de centralizar o atendimento em um único número de Whatsapp, com o objetivo de concentrar todas as interações com clientes em um único sistema. A proposta foi acatada, e a empresa achou mais viável contratar a plataforma Pink App como ferramenta.

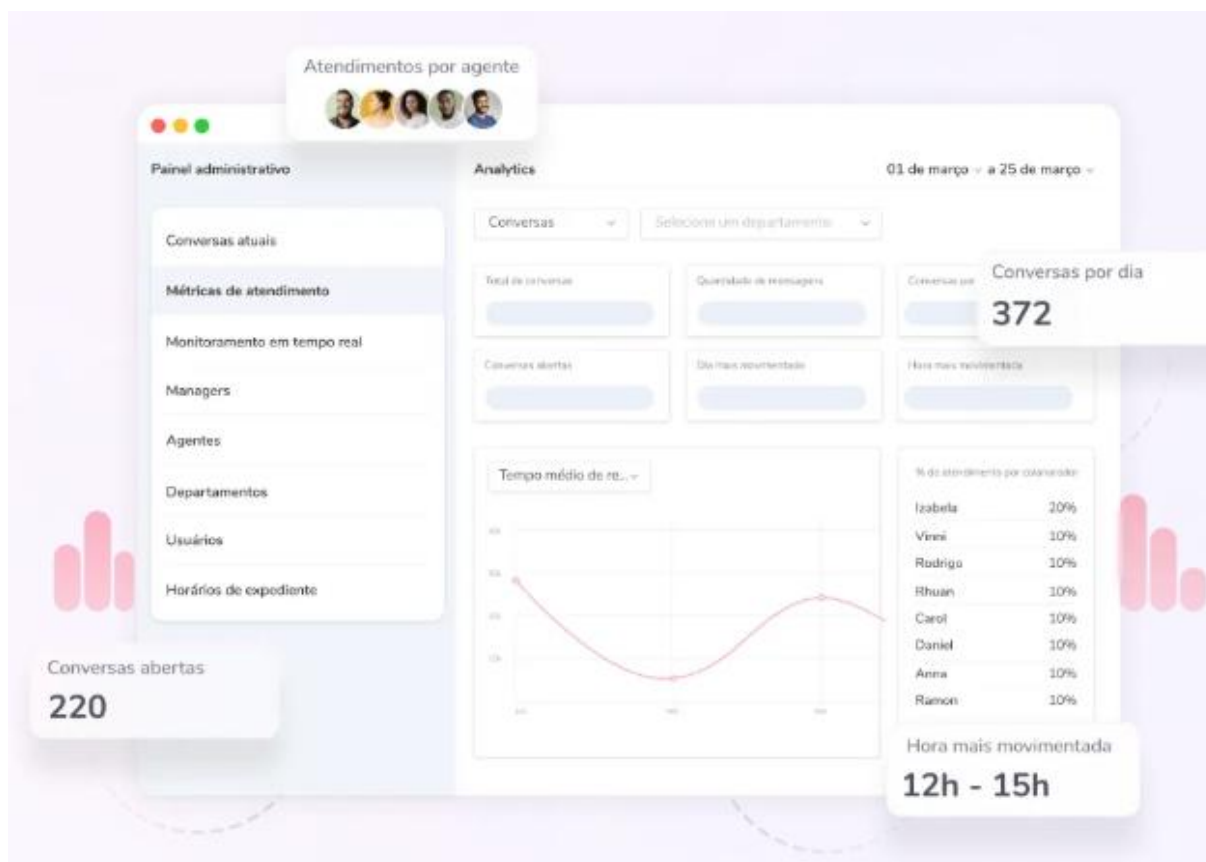
A implantação da tecnologia ocorreu em julho de 2023, ocasião em que foi realizado um breve treinamento com os colaboradores. O acesso à plataforma foi efetuado por meio de um link disponibilizado por um consultor da Pink, sendo realizado em notebook individuais, mediante login e senha específicos para cada usuário. A partir desse momento, iniciou-se o manuseio da ferramenta, possibilitando a centralização das conversas com os clientes em uma única plataforma. Inicialmente, manteve-se o uso do número antigo do WhatsApp, com o envio de uma mensagem automática orientando os clientes a migrarem para o novo número destinado ao atendimento. Após a conclusão do processo de migração, os números anteriormente utilizados foram devidamente cancelados. As figuras 1 e 2, apresentada na sequência, ilustra a interface da plataforma utilizada.

**Figura 1** - Interface Web do Pink App utilizada no Atendimento



**Fonte:** Autoria própria (print simulado, disponível <https://pink-app.webflow.io/>), 2025

**Figura 2 – Painel Administrativo do Pink App**



**Fonte:** Autoria própria (print simulado, disponível <https://pink-app.webflow.io/>), 2025

A centralização das mensagens foi algo muito interativo entre nossa equipe interna, pois outros setores da empresa, por exemplo o financeiro, poderia acessar a conversa e verificar se o cliente havia enviado o comprovante de pagamento referente ao serviço ou se ele tinha feito alguma objeção referente a cidade em que ele gostaria de instalar a placa do seu veículo, permitindo assim que o financeiro pudesse concluir sua etapa do processo de forma independente e objetiva, sem precisar consultar os atendentes pois as informações estavam todas centralizadas e podiam ser acessadas por todos colaboradores de acordo com a necessidade.

Os clientes, uma vez fidelizados, buscam atendimento com a mesma pessoa, ou seja, o mesmo atendente, sendo assim as conversas podem ser direcionadas ou transferidas de acordo com a preferência do cliente, assim é possível realizar um atendimento personalizado e satisfatório. Importante ressaltar que foi dispensado a função dos *chatbots*, pois a empresa preza por um atendimento mais humanizado com a intenção de manter relações sólidas e duradouras com os clientes.

O monitoramento das mensagens e demandas pela plataforma se fez importante na tomada de decisão, pois a gestão pôde executar melhorias e ajuste no atendimento. No caso de algum cliente manifestar alguma reclamação ou relatar alguma eventualidade sobre o atendimento virtual, através da análise e acesso às mensagens é possível tomar providências rápidas e buscar a comunicação mais assertiva no ambiente interno e externo da empresa.

A partir do uso dessa ferramenta foi possível notar de forma rápida, pontos positivos na rotina do setor. Os atendimentos passaram a ser mais organizados e personalizados, reduzindo a duplicidade de contatos e melhorando a comunicação interna. A centralização também favoreceu a produtividade da equipe, que passou a atuar de maneira mais colaborativa e eficiente, além de minimizar conflitos decorrentes de falhas de comunicação.

Essa experiência reforça a importância da análise crítica do ambiente de trabalho e na interação entre a equipe e a empresa. Mesmo, que a escolha da ferramenta tenha partido da gestão, a sugestão de centralizar o atendimento foi essencial para a melhoria dos processos internos e para otimizar a relação da empresa com seus clientes.

## 5.DISSCUSSÃO E RESULTADOS

A implementação da centralização do atendimento por meio da ferramenta Pink App trouxe resultados positivos para o setor de atendimento da empresa estudada, refletindo diretamente na comunicação organizacional, na produtividade da equipe e na satisfação dos clientes. Fukushima e Sampaio (2024), confirmam que a adoção de tecnologias digitais como suporte aos processos comunicacionais tende a fortalecer a integração organizacional e a eficiência do atendimento, especialmente em ambientes que lidam com múltiplos canais de interação.

Antes da implantação da ferramenta, o modelo descentralizado, no qual cada colaborador utilizava um número próprio de WhatsApp, gerava ruídos na comunicação, retrabalho e falta de controle das demandas. Com a centralização, foi possível unificar o fluxo de atendimento, organizar as conversas e registrar o histórico em um único sistema. Pereira e Bontempo (2023), destacam que a centralização proporcionou maior visibilidade das solicitações e permitiu o acompanhamento gerencial da qualidade do serviço prestado.

A comunicação organizacional, quando tratada como um processo estratégico, contribui para o fortalecimento das relações internas e externas da empresa. A centralização e a clareza das mensagens transmitidas aos clientes reduziram falhas comunicacionais e aumentaram a confiabilidade do atendimento, reforçando a identidade institucional da organização (PEREIRA; BONTEMPO, 2023).

Com a reorganização dos processos, observou-se aumento da produtividade da equipe, uma vez que as tarefas passaram a ser distribuídas de forma mais equilibrada. A integração dos fluxos de trabalho favoreceu a cooperação entre os colaboradores e reduziu desperdícios de tempo e esforço. Pereira e Cunha (2022), apontam que estruturas comunicacionais integradas favorecem eficiência operacional.

Outro aspecto relevante foi a melhoria do clima organizacional e da satisfação dos colaboradores. A nova estrutura reduziu conflitos internos e trouxe maior clareza quanto às responsabilidades individuais. Colaboradores mais satisfeitos tendem a oferecer um atendimento mais empático e humanizado, refletindo diretamente na experiência do cliente, conforme discutem estudos sobre comunicação e relações de trabalho.

Do ponto de vista dos consumidores, percebeu-se uma evolução gradual na percepção de profissionalismo e agilidade do atendimento, a partir de relatos espontâneos dos clientes. As respostas tornaram-se mais consistentes e organizadas, favorecendo uma experiência mais personalizada. A satisfação do cliente resulta do equilíbrio entre expectativas e desempenho percebido, sendo a clareza e a rapidez comunicacional fatores decisivos para a fidelização (PEREIRA; CUNHA, 2022).

Ademais, foi possível identificar melhorias perceptíveis nos seguintes indicadores:

- Tempo médio de resposta: reduziu após a centralização.
- Retrabalho: diminuiu devido ao fim da duplicidade de atendimentos.
- Organização das demandas: passou de desordenada para sistematizada.
- Conflitos internos: diminuíram pela clareza de funções e histórico acessível.
- Satisfação da equipe: aumentou pela redução de estresse e sobrecarga.
- Satisfação dos clientes: melhorias relatadas em fluidez e objetividade.

Apesar dos avanços, identificou-se como ponto crítico a ausência de padronização das mensagens enviadas durante o atendimento. Mesmo com a centralização via Pink App, cada atendente utilizava estilos próprios de comunicação, gerando divergências no tom e na estrutura das respostas. A padronização discursiva é fundamental para assegurar coerência comunicacional e fortalecer a imagem institucional da organização (DESCONSI, 2025).

Em diálogo com o referencial teórico, observa-se que os resultados confirmam contribuições importantes dos autores estudados, mas também evidenciam a necessidade de evolução na prática organizacional. A comunicação deve funcionar como um sistema integrado, orientado por diretrizes claras. Embora a tecnologia tenha fortalecido esse alinhamento, a ausência de protocolos comunicacionais demonstra a necessidade de diretrizes formais de linguagem.

No âmbito da gestão administrativa, os resultados validam a literatura ao demonstrar que processos centralizados tendem a melhorar a coordenação e a eficiência. Contudo, a tecnologia precisa ser acompanhada de capacitação comunicacional contínua, garantindo que as competências humanas acompanhem as inovações implementadas.

Além disso, a incorporação do WhatsApp e do Pink App ao cotidiano organizacional exige atenção ética, especialmente no tratamento de dados pessoais.

A Lei Geral de Proteção de Dados estabelece princípios de responsabilidade e transparência, reforçando a necessidade de práticas sistematizadas de proteção das informações dos usuários (BRASIL, 2018).

Apesar dos resultados positivos, este relato apresenta limitações relevantes, como o caráter qualitativo da análise, baseada na percepção da autora, e a ausência de métricas formais de satisfação do cliente. Ainda assim, a experiência demonstra que a combinação entre comunicação eficiente, inovação tecnológica e centralização de processos foi determinante para aprimorar o atendimento e otimizar os resultados organizacionais. A implantação do Pink App fortaleceu a cultura comunicacional da empresa, contribuindo para um ambiente mais produtivo e um relacionamento mais sólido com os clientes.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho teve como objetivo relatar a experiência vivenciada no setor de atendimento de uma empresa de pequeno porte do ramo de despachante de veículos, localizada na cidade de Rio Verde – GO. A partir da observação e análise do contexto organizacional, identificaram-se problemas decorrentes da comunicação descentralizada, que comprometiam a produtividade da equipe e a qualidade do atendimento ao cliente. Tal cenário reforça que a comunicação organizacional, quando não estruturada estrategicamente, pode impactar diretamente o desempenho institucional.

Diante dessa realidade, foi proposta e implementada a centralização do atendimento por meio do Pink App, integrado ao WhatsApp Business, com o intuito de organizar os fluxos comunicacionais e melhorar a eficiência operacional. Silva Correa e Viegas (2022), destacam que adoção de ferramentas digitais alinhadas ao planejamento estratégico tende a fortalecer a integração dos setores e ampliar a capacidade de resposta das organizações em ambientes digitais.

Os resultados demonstraram melhorias significativas nos processos internos, na comunicação entre colaboradores e na satisfação dos clientes. A centralização eliminou a duplicidade de atendimentos, reduziu conflitos e otimizou o tempo de resposta. Além disso, possibilitou maior controle e monitoramento das interações, promovendo uma gestão mais estratégica e transparente, aspectos fundamentais

para organizações que buscam eficiência e competitividade no cenário contemporâneo (PEREIRA; BONTEMPO, 2023).

Sob a perspectiva dos colaboradores, a mudança contribuiu para um ambiente de trabalho mais organizado e colaborativo, com divisão de tarefas mais clara e aumento da motivação. A literatura aponta que ambientes comunicacionais estruturados favorecem o engajamento e o desempenho profissional, refletindo positivamente na experiência do cliente.

Para os clientes, o atendimento tornou-se mais ágil, padronizado e humanizado, fortalecendo o vínculo com a empresa. Pereira e Cunha (2022), afirmam que a satisfação do consumidor está diretamente relacionada à clareza e qualidade das interações, sendo a comunicação um fator determinante para a fidelização. Assim, a experiência confirmou que inovação tecnológica e comunicação estratégica devem caminhar de forma integrada.

A implementação do Pink App representou um avanço relevante ao possibilitar maior controle, produtividade e qualidade nas interações. Entretanto, também evidenciou a necessidade de aprimoramento contínuo, especialmente quanto à padronização da linguagem e à consolidação de diretrizes comunicacionais internas. Armstrong (2024), complementa que a tecnologia, por si só, não garante excelência, sendo necessário o alinhamento entre ferramenta, estratégia e capacitação humana.

Além disso, a incorporação de ferramentas digitais exige atenção às responsabilidades éticas relacionadas ao tratamento de dados pessoais. A Lei Geral de Proteção de Dados estabelece princípios de transparência e segurança que devem orientar as práticas organizacionais no ambiente digital, reforçando que inovação e responsabilidade caminham conjuntamente (BRASIL, 2018)

Ao reconhecer desafios, limitações e perspectivas de expansão, este trabalho contribui para o entendimento de como pequenas empresas podem adotar soluções digitais acessíveis para aprimorar sua performance e fortalecer o relacionamento com o público. Como sugestão para estudos futuros, recomenda-se ampliar a análise para outros setores ou organizações, investigando como a integração tecnológica e a comunicação estratégica podem promover melhoria contínua e sustentabilidade institucional.

## REFERÊNCIAS

ARMSTRONG, Rachel June. **Motivação no trabalho presencial, remoto e híbrido de profissionais de atendimento ao cliente em empresas de desenvolvimento de software.** 2024.

BORGES, Higor Soares. **Análise dos benefícios e desafios da implantação de chatbot para atendimento de clientes em uma empresa privada.** 2023.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).** Brasília, DF: Presidência da República, 2020. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 16 fev. 2026.

DA SILVA CORREA, P. M.; VIEGAS, S. C. Plataforma Centralizadora de Mensagens Instantâneas. **refaqi - revista de gestão educação e tecnologia**, [S.l.], v. 13, n. 2, p. 24, 2022. Disponível em: <https://refaqi.faqi.edu.br/index.php/refaqi/article/view/9>. Acesso em: 21 fev. 2026.

DE ANDRADE, Marta Cardoso. WhatsApp é o novo “queridinho” da Comunicação Mercadológica ou é da Comunicação Organizacional. **Dito Efeito-Revista de Comunicação da UTFPR**, v. 12, n. 20, p. 1-14, 2021.

DESCONSI, Rafael. O Uso do Whatsapp na Gestão Administrativa: uma análise qualitativa. **Revista Políticas Públicas & Cidades**, [S. l.], v. 14, n. 2, p. e1814, 2025. DOI: 10.23900/2359-1552v14n2-73-2025. Disponível em: <https://journalppc.com/RPPC/article/view/1814>. Acesso em: 23 fev. 2026.

FUKUSHIMA, A. A.; SAMPAIO, L. C. D. G. A comunicação organizacional na era da transformação digital. **Revista Gestão e Conhecimento**, [S. l.], v. 18, n. 2, p. e345, 2024. DOI: 10.55908/RGCV18N2-007. Disponível em: <https://ojs.revistagc.com.br/ojs/index.php/rgc/article/view/345>. Acesso em: 23 fev. 2026.

LIMA, L. A. de O.; JAHNKE, J. F.; JESUS, E. L. de; PEREIRA, R.; RIBEIRO, C. M. G.; PEDRO, A. M. Tecnologias de Informação e Comunicação na Globalização: Conexões, Desigualdades e Transformações Socioculturais. **Revista de Gestão e Secretariado**, [S. l.], v. 16, n. 8, p. e5222, 2025. DOI: 10.7769/gesec.v16i8.5222. Disponível em: <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/5222>. Acesso em: 23 fev. 2026.

PEREIRA, Evaldo José Gabetto Fontes; CUNHA, Pedro Henrique Braz da. A Gestão da Comunicação no Atendimento ao Cliente. **Boletim do Gerenciamento**, [S.l.], n. 28, p. 42-53, fev. 2022. ISSN 2595-6531. Disponível em: <https://nppg.org.br/revistas/boletimdogerenciamento/article/view/618>. Acesso em: 23 fev. 2026.

PEREIRA, Júlia Banietti Gonsales. **Ética profissional na influência digital: por que a comunicação social digital precisa de mais pesquisas, regulamentações e códigos?** [S.l.]: Universidade Estadual Paulista (Unesp), 13 dez. 2024.

PEREIRA, Valdiney Prins, BONTEMPO, Paulo Cesar. **A Centralizacao de Processos na Cooperativa Sicredi Cerrado**. 2023. 13 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administracao, Unialfa, Brasilia, 2023.

PINK APP. **Monitoramento de WhatsApp corporativo: como garantir o atendimento ideal da sua empresa**. Disponível em: <https://www.pinkapp.com/blog/monitoramento-de-whatsapp-corporativo-como-garantir-o-atendimento-ideal-da-sua-empresa>. Acesso em: 04 dez. 2025.

PINK APP. Pink App – **Conversas internas e externas conectadas ao WhatsApp**. Disponível em: <https://pink-app.webflow.io/>. Acesso em: 04 dez. 2025.

SANTOS, Isabelle Silva; RIBEIRO, Rozilton Sales; SANTOS NETO, Givaldo Correa dos; CORRÊA, Solange Rodrigues dos Santos. Estratégias Mercadológicas em Plataformas Digitais: O que diz a literatura sobre estratégias de mídias sociais. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 10, n. 12, p. 2783–2807, 2024. DOI: 10.51891/rease.v10i12.17234. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/17234>. Acesso em: 23 fev. 2026.

TRINDADE, Vitória Roberta; TAGUCHI, Renato Leandro. O impacto do marketing digital no comportamento do consumidor. **Revista OWL (OWL Journal) - Revista interdisciplinar de ensino e educação**, v. 2, n. 5, p. 423-440, 2024.

WHATSAPP LLC. About WhatsApp. Disponível em: <https://www.whatsapp.com/about?lang=pt>. Acesso em: 29 nov. 2025.