

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA  
CURSO SEQUÊNCIAL DE ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS

LAURA HELENA GUTERRES DE ALBUQUERQUE  
KEILA MARIA CASTELO BRANCO SOUZA  
SOLANGE DE JESUS MATOS DE ARAÚJO

**O PAPEL DO ADMINISTRADOR PARA O  
CRESCIMENTO ECONÔMICO NAS EMPRESAS DE  
PINHEIRO**

Pinheiro (MA)  
2004

LAURA HELENA GUTERRES DE ALBUQUERQUE  
KEILA MARIA CASTELO BRANCO SOUZA  
SOLANGE DE JESUS MATOS DE ARAÚJO

**O PAPEL DO ADMINISTRADOR PARA O  
CRESCIMENTO ECONÔMICO NAS EMPRESAS DE  
PINHEIRO**

Monografia apresentada ao curso Sequencial  
de Administração de Negócios Universidade  
Estadual do Maranhão como requisito para a  
colação de grau.

Orientador: Prof<sup>º</sup> Samuel Velásquez

Pinheiro (MA)  
2004

Albuquerque, Laura Helena Guterres de.

O papel do administrador para o crescimento econômico nas empresas de Pinheiro / Laura Helena Guterres de Albuquerque; Solange de Jesus Matos de Araújo, Keila Maria Castelo Branco Souza. – Pinheiro, 2004.

159 f.:il.

Monografia (graduação em Administração de Negócios) – Universidade Estadual do Maranhão, 2004.

1. Administradores 2. Comunicação 3. Liderança I. Araújo, Solange de Jesus Matos de. II. Souza, Keila Maria Castelo Branco. III. Título.

CDU: 658:331.105.22 (812.1)

LAURA HELENA GUTERRES DE ALBUQUERQUE  
KEILA MARIA CASTELO BRANCO SOUZA  
SOLANGE DE JESUS MATOS DE ARAÚJO

**O PAPEL DO ADMINISTRADOR PARA O  
CRESCIMENTO ECONÔMICO NAS EMPRESAS DE  
PINHEIRO**

Monografia apresentada ao Curso Seqüencial  
de Administração de Negócios da  
Universidade Estadual do Maranhão como  
requisito para a colação de grau.

Aprovada em 30 / 09 / 04

**BANCA EXAMINADORA**



---

Prof<sup>o</sup> Samuel Velázquez (Orientador)

---

Prof<sup>o</sup>

---

Prof<sup>o</sup>

## AGRADECIMENTOS

Quando começamos a pensar em todas as pessoas as quais gostaríamos de expressar nossa gratidão pela ajuda, torcida, sugestões, colaborações, confiança, companheirismo, oração e trabalho árduo para ultrapassar esta fase, tornando este trabalho possível, achamos que uma folha só seria de agradecimento;

Agradeço a nossos pais, por todo esforço para a nossa formação, lembrando que se hoje temos sucesso é porque bons frutos só podem vir de árvore boa.

Aos nossos esposos, companheiros de todas as horas, na alegria e na tristeza, por criar um ambiente amigável, onde minhas idéias sempre foram bem recebidas por ouvidos compreensivos e estimuladores;

Aos nossos filhos, nossos diamantes, o melhor presente que Deus nos deu, fonte de energia para lutar cada vez mais;

Aos nossos mestres que em nenhum momento deixaram de acreditar na vitória, sempre com grande sorriso, harmonia, exigência, conseguindo sempre ajudar e empurrar o barco;

Aos colegas da turma C, "Noturno" do curso seqüencial de Administração de Negócios; e as pessoas que direto ou indiretamente contribuíram para realização deste trabalho.

“É maravilhoso sonhar, mas é preciso acreditar no sonho. É preciso olhar a realidade, pôr os pés no chão e caminhar no rumo dos nossos sonhos”.

(Ângelo)

## RESUMO

Hoje com a globalização os administradores para competir no mundo dos negócios estão tentando de várias formas a enquadrar-se no processo de tecnologia, a fim de vencerem e conquistarem seus espaços no mercado. Pois o tema deste trabalho monográfico consiste mostrar o papel do administrador para o crescimento econômico nas empresas de Pinheiro. Os administradores cumprem seu papel decisivo nas empresas através da liderança que exerce e utilizando uma comunicação tanto interna como externa influenciam a organização social da empresa, pois os mesmos ao longo dos tempos vem ganhando melhores oportunidades e valorizando os mesmos. A importância deles é o aperfeiçoamento em ter uma comunicação clara com os empregados, acreditando na liderança que conquistaram através dos treinamentos e aperfeiçoamento para uma empresa melhor. Eles terão que desenvolver um trabalho mais dinâmico, utilizando informações necessárias para um melhor desenvolvimento das atividades, pois os mesmos deveram estar em alerta na nova geração, oferecendo-lhe oportunidades de mostrar seu trabalho, e só assim, poderão minimizar custos futuros. Os administradores investirão em pessoas qualificadas, que estarão prontos para trabalhar e proporcionarem melhores lucros nas empresas. Aborda ainda as dificuldades encontradas nas empresas, por falta de pessoas especializadas, busca soluções para viabilizar uma melhor lucratividade nas empresas. E ainda chega a mostrar o propósito e a qualidade extraordinária do seu papel que é o desejo de servir a qualidade dos serviços e produtos oferecidos pela empresa. Mostra os problemas e analisar a liderança do administrador como agente de mudanças e a influencia da comunicação interna e externa. Nas empresas de Pinheiro nos últimos 18 meses das empresas **Comercial Brasillojas Matriz, Filial e na Multimoveis.**

**Palavras-chave:** Administradores, Comunicação, Lucratividade, Liderança.

## **ABSTRACT**

Nowadays, with this current globalization, the administrators in order to compete in the world of business are trying hard to fit in the process of technology, aiming to win and conquer their places in the market. The topic of this work consists on showing the role of the administrator towards the economic growth among the companies in Pinheiro-MA. These administrators play their roles fiercely in these companies through the leadership they command and using both internal and external communication which causes influence to the social organization inside the company, for they themselves have been acquiring better opportunities and, furthermore, they have been highly valued. Their importance is the approaching to perfection keeping a clear conversation with the employees, trusting in the leadership that they have conquered through the training and improving in order of a better company. They then shall develop an even more dynamic work, using necessary information towards a better development in their activities, for they must be on alert to the new generation, offering new opportunities to show their work, and then they will be able to minimize future expenses. The administrators will invest in qualified people, that must be ready to work and provide better profits to the company. It is also discussed on the difficulties found in the companies, for the lack of specialized people, and the search for solutions to make feasible a better profit in the companies. And finally, it also shows the intention and the extraordinary quality of his aim that is the desire to serve the quality of the services and products offered by the company. It shows the problems and analyses the leadership of the administrator as an agent for changes and the influence on internal and external communication. In the companies from Pinheiro in the last 18 months, to be mentioned Comercial Brasillojas Matriz, its Branches and Multimoveis.

**Key-words:** administrators, communication, leadership.



## SUMÁRIO

	<i>P.</i>
<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	22
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	41
<b>3.1 Pesquisa Bibliográfica</b> .....	41
<b>3.2 Pesquisa Documental</b> .....	41
<b>3.3 Pesquisa de Campo</b> .....	42
<b>3.3.1 Universo e Amostra</b> .....	42
<b>3.3.2 Procedimentos para a coleta de dados</b> .....	43
<b>3.3.3 Instrumentos Utilizados</b> .....	44
<b>3.3.4 Sujeitos entrevistados</b> .....	44
<b>3.4 Pesquisa de Estudo de Caso</b> .....	44
<b>3.4.1 Universo e Amostra</b> .....	44
<b>3.4.2 Procedimentos para a coleta de dados</b> .....	45
<b>3.4.3 Instrumentos Utilizados</b> .....	45
<b>3.4.4 Sujeitos entrevistados</b> .....	46
<b>4 ANÁLISES E DISCUSSÕES</b> .....	47
<b>4.1 Analisando do tipo de liderança estabelecido nas empresas e sua repercussão no mercado de trabalho visando a fidelização do cliente</b> .....	51
<b>4.2 As técnicas utilizadas pelos administradores na comunicação interna e externa das empresas em estudo</b> .....	77
<b>4.3 A comunicação externa e interna das empresas investigadas e seus reflexos no trabalho em equipe</b> .....	91
<b>4.4 A importância do administrador no aperfeiçoamento e desenvolvimento nas empresas de pinheiro e sua repercussão no crescimento da clientela</b> .....	105
<b>5 CONCLUSÃO</b> .....	130
<b>REFERÊNCIAS</b>	
<b>APÊNDICE</b>	

## LISTA DE TABELAS

	P.
<b>Tabela 3.3.1 Universo analisado na pesquisa de campo</b> .....	42
<b>Tabela 3.3.2 Amostra selecionada na aplicação de questionários</b> .....	44
<b>Tabela 3.4.1 Universo analisado de estudo de campo</b> .....	44
<b>Tabela 3.4.2 Amostra selecionada na aplicação de entrevistas da empresa</b> .....	46
<b>Tabela 3.4.3 Amostra selecionada na aplicação de entrevistas da empresa</b> .....	46
<b>Tabela 4.1 Análise de Sexo X Faixa etária</b> .....	49
<b>Tabela 4.1.1 Análise de Como é o relacionamento do líder e sua equipe com os demais X Por que você considera a liderança importante para a empresa</b> .....	53
<b>Tabela 4.1.2 Análise de A empresa tem espírito de liderança com empregados X Quais as soluções para o bom desempenho do seu líder na empresa</b> .....	58
<b>Tabela 4.1.3 Análise de Seu líder interage com a equipe X O que faz o seu líder quando a equipe não alcança as metas</b> .....	62
<b>Tabela 4.1.4 Análise de Como você avalia a qualidade dos produtos X O que levou você a escolher este estabelecimento para as compras</b> .....	66
<b>Tabela 4.1.5 Análise de Qual a sua opinião sobre a empresa X Quanto tempo você já esperou para ser atendido</b> .....	70
<b>Tabela 4.1.6 Análise de O que é essencial para um bom atendimento X Que você poderia sugerir para melhorar o atendimento</b> .....	75
<b>Tabela 4.2.1 Análise de O administrador é fundamental para melhorar as vendas de sua empresa X De que forma a informação influencia na administração de vendas</b> .....	80

<b>Tabela 4.2.2 Análise de O administrador ao vender seus produtos e serviços x Quais os procedimentos utilizados pelo administrador para que aumente as vendas .....</b>	<b>84</b>
<b>Tabela 4.2.3 Análise de Por que a comunicação é utilizada de forma especial na sua empresa x Como seu líder costuma motivar a equipe .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabela 4.3.1 Análise de Qual é a imagem da empresa que você trabalha x Por que você gosta de sua função .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabela 4.3.2 Análise de Por que você veste a camisa da empresa X Você costuma receber elogio sobre sua empresa .....</b>	<b>97</b>
<b>Tabela 4.3.3 Análise de O que influência no ato da compra X Como a comunicação influencia no ato da compra e sua opinião .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabela 4.4.1 Análise de Por que trabalha nesta empresa X Qual o procedimento da empresa diante de reclamação referente a qualidade de seus produtos e serviço .....</b>	<b>106</b>
<b>Tabela 4.4.2 Análise de O nível do administrador X O administrador qualificado produz maior rentabilidade para a empresa .....</b>	<b>111</b>
<b>Tabela 4.4.3 Análise de Qual o setor que trabalha X Como você vê a comunicação interna e externa do seu líder .....</b>	<b>115</b>
<b>Tabela 4.4.4 Análise de Como você conheceu os nossos produtos X O que motiva a comprar .....</b>	<b>119</b>
<b>Tabela 4.4.5 Análise de Por que você recomenda essa empresa para os amigos X O que chama sua atenção para entrar nessa empresa .....</b>	<b>123</b>
<b>Tabela 4.4.6 Análise de Em que classe social se encontra X Grau de escolaridade .....</b>	<b>127</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

	P.
<b>Gráfico 4.1 Análise de Sexo X Faixa etária .....</b>	<b>51</b>
<b>Gráfico 4.1.1 Análise de Como é o relacionamento do líder e sua equipe com os demais X Por que você considera a liderança importante para a empresa .....</b>	<b>56</b>
<b>Gráfico 4.1.2 Análise de A empresa tem espírito de liderança com empregados X Quais as soluções para o bom desempenho do seu líder na empresa .....</b>	<b>60</b>
<b>Gráfico 4.1.3 Análise de Seu líder interage com a equipe X O que faz o seu líder quando a equipe não alcança as metas .....</b>	<b>64</b>
<b>Gráfico 4.1.4 Análise de Como você avalia a qualidade dos produtos X O que levou você a escolher este estabelecimento para as compras .....</b>	<b>69</b>
<b>Gráfico 4.1.5 Análise de Qual a sua opinião sobre a empresa X Quanto tempo você já esperou para ser atendido .....</b>	<b>73</b>
<b>Gráfico 4.1.6 Análise de O que é essencial para um bom atendimento X Que você poderia sugerir para melhorar o atendimento .....</b>	<b>77</b>
<b>Gráfico 4.2.1 Análise de O administrador é fundamental para melhorar as vendas de sua empresa X De que forma a informação influencia na administração de vendas .....</b>	<b>82</b>
<b>Gráfico 4.2.2 Análise de O administrador ao vender seus produtos e serviços X Quais os procedimentos utilizados pelo administrador para que aumente as vendas .</b>	<b>87</b>
<b>Gráfico 4.2.3 Análise de Por que a comunicação é utilizada de forma especial na sua empresa x Como seu líder costuma motivar a equipe .....</b>	<b>91</b>
<b>Gráfico 4.3.1 Análise de Qual é a imagem da empresa que você trabalha x Por que você gosta de sua função .....</b>	<b>94</b>

<b>Gráfico 4.3.2 Análise de Por que você veste a camisa da empresa X Você costuma receber elogio sobre sua empresa .....</b>	<b>99</b>
<b>Gráfico 4.3.3 Análise de O que influência no ato da compra X Como a comunicação influencia no ato da compra e sua opinião .....</b>	<b>104</b>
<b>Gráfico 4.4.1 Análise de Por que trabalha nesta empresa X Qual o procedimento da empresa diante de reclamação referente a qualidade de seus produtos e serviço .....</b>	<b>109</b>
<b>Gráfico 4.4.2 Análise de O nível do administrador X O administrador qualificado produz maior rentabilidade para a empresa .....</b>	<b>113</b>
<b>Gráfico 4.4.3 Análise de Qual o setor que trabalha X Como você vê a comunicação interna e externa do seu líder .....</b>	<b>117</b>
<b>Gráfico 4.4.4 Análise de Como você conheceu os nossos produtos X O que motiva a comprar .....</b>	<b>121</b>
<b>Gráfico 4.4.5 Análise de Por que você recomenda essa empresa para os amigos X O que chama sua atenção para entrar nessa empresa .....</b>	<b>125</b>
<b>Gráfico 4.4.6 Análise de Em que classe social se encontra X Grau de escolaridade ...</b>	<b>129</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O mundo pós-moderno nos trouxe a qualidade das informações. A abertura das fronteiras internacionais, interestaduais e intermunicipais, criou o intercâmbio de informações em grande escala. E a prática mais antiga de comunicação entre os povos – o comércio – modernizou-se. Hoje administrar e liderar tendo uma boa comunicação interna e externa é essencial para todas as empresas.

O mundo moderno surgiu repentinamente com a era industrial surpreendendo a muitos seres até então comodistas ou despreparados para uma vida administrativa competitiva e de pequenos espaços sócio-econômicos. Atualmente os administradores qualificados são poucos.

Temos como tema do nosso trabalho monográfico: O papel do administrador para o crescimento econômico nas empresas de Pinheiro.

Atualmente os administradores cumprem um papel decisivo dentro das organizações, com uma comunicação e liderança que é fundamental na experiência humana e na social da empresa. Os administradores envolvidos nesse processo de tecnologia e informações terão maiores oportunidades por um espaço de trabalho e a valorização dos mesmos. As mesmas oferecerão melhores salários a esses profissionais, possibilitando-lhe melhores condições de vida e de ascensão tanto profissional como social.

“As lideranças existentes na maioria das organizações não consideram os valores individuais dos componentes de sua equipe de trabalho, implicando restrições quando ao fato de considerar o grupo como fonte para o processo de tomada de decisões.”(Kanaane, 1999, p. 41)

É importante salientar que, os administradores ao longo do tempo vêm se aperfeiçoando para ter uma comunicação mais clara com seus empregados, acreditando na liderança que conquistaram com treinamentos de aperfeiçoamento para um melhor futuro.

Os profissionais terão condições de desenvolver um trabalho mais dinâmico, onde

terão informações necessárias em tempo real e precisa para o exercício de suas atividades.

Os administradores terão que estar alerta diante da nova geração que está surgindo na área da administração em nosso mercado, oferecendo-lhe oportunidades de mostrar o seu trabalho, no qual mais tarde poderão economizar custos com processos de organização de sua empresa. Os administradores investirão no mercado local em busca de pessoas qualificadas para administrar gerando assim oportunidades de emprego a essa nova geração de pessoas informatizadas de nossa cidade. “Administração, como já visto antes, vem-se desenvolvendo ao longo dos séculos, com enfoques diferenciados em função das épocas das atividades e conseqüentemente necessidades das organizações.” (Silva, 1998, p. 17).

Abordamos ainda as dificuldades encontradas pelos administradores na sua administração por falta de pessoas especializadas para organizar. Buscaremos encontrar soluções para viabilizar condições de pessoas competentes para exercer esses tipos de cargos para uma melhor lucratividade no ambiente organizacional.

A inteligência do administrador em si não teria sentido sem decorrência natural e lógica do empreendimento. Foi através dele, que o ser humano sobrepujou as demais espécies, muitas vezes bem mais fortes que ele e em poucos anos criou uma civilização admirável cujo futuro será muito promissor.

Da evolução do empreendimento surgiu o crescimento econômico do administrador, cuja característica principal é associar pessoas por interesse comuns, para explorar o comércio e outras atividades lucrativas. “Avaliar as causas dos erros, evitar repeti-los é um comportamento essencial a todos os empreendedores.” (Izaton, 2002, p. 29).

O nosso tema tem como fundamento básico o estudo do papel do administrador na atividade comercial dentro da empresa, para seu crescimento econômico no mundo globalizado em que vivemos. Acreditamos que o administrador, motivado pela idéia do crescimento econômico de Pinheiro, que não chega a ser o seu único propósito tornando

evidente uma qualidade extraordinária do seu papel – o desejo de servir – que o incentiva a investir, gerar emprego e essencialmente assumir riscos.

Desde os tempos mais antigos, a sua contribuição para o progresso do mundo historicamente reconhecido, destaca a sua influência para a melhoria dos meios de comunicação, dos transportes e como já citamos, o incremento ao crescimento das empresas na cidade.

Nossa problemática consiste em analisar em que medida a liderança do administrador como agente de mudanças tem influenciado a comunicação interna e externa nas empresas de Pinheiro nos últimos 18 meses? Como a comunicação, é fundamental no desenvolvimento da empresa? Como a liderança influenciará para uma lucratividade das empresas? Como o administrador contribuirá para vender seus produtos e serviços?

“A empresa moderna vive em permanente estado de comunicação: entre chefe e subordinado entre diretor e diretor, entre linha de staff, entre departamentos e divisão, entre empresa e cliente, entre produção e vendas, entre uns e outros, entre todos e tudo.” (Pilares, 1989, p. 16)

Para mudar essa realidade em nossa cidade, faz-se necessário que os administradores e empregados se auto conheçam, desenvolvam sua auto-estima. Encontrem meios para desenvolverem habilidades e participarem de cursos de relações humanas, atualizando-se quanto ao mercado de trabalho e preferência das empresas, para que dessa forma possam prestar melhor administração às mesmas conquistando a preferência da sociedade.

Sabendo-se que envolvidos procuram manter-se competitivos a todo instante, é importante ressaltar que o surgimento de pessoas competentes nas organizações faz com que elas tornam-se mais ágeis e eficazes para possuírem um controle qualificado, resultando assim o papel do administrador como uma alta lucratividade nas empresas pinheirenses.

Em um mercado cada vez mais exigente empreendedores procuram melhorar o seu controle administrativo, onde se tornam cada vez mais rápido e fácil o acesso de pessoas



competentes com muitas informações. “Temos um papel de liderança quando criamos uma visão que posicione nossa unidade em relação ao cliente e a nossos próprios colegas.” (Black, 1990, p. 100).

O perfil do administrador é a palavra chave das empresas, já que o controle de processos administrativos depende do administrador como o principal elemento que auxilia, organiza a empresa para o seu bom funcionamento.

O objetivo geral deste trabalho está baseado em demonstrar a importância do administrador no processo de liderança gerando mudanças comportamentais, através da comunicação interna e externa para o desenvolvimento econômico das empresas de Pinheiro.

O papel do administrador. Esse profissional responsável pelo processo de liderança dos grupos sociais, gerando mudanças comportamentais como responsabilidades entre suas principais atividades diárias através da comunicação interna e externa deve ser uma estratégia rápida no processo de decisão para o desenvolvimento econômico visando especificamente organizar idéias, enfocando o aprimoramento tecnológico e enfatizando a racionalidade do trabalho através de uma boa comunicação dentro da organização.

O conhecimento das comunicações no ambiente externo, através da concepção das mudanças comportamentais, permite identificar oportunidades e ameaças para a organização. Por outro lado o ambiente interno possibilita caracterizar as forças e fraquezas. Permitirá desenvolver o crescimento econômico das organizações.

“O próprio concerto de comunicação e as considerações sobre comunicação aberta deixam claro que, ao nos comunicarmos, transmitimos ou pelo menos procuramos transmitir a outra pessoa idéias, sentimentos e emoções de tal forma que ela saiba, sinta ou experimente as mesmas coisas que nós.” (Pilares, 1989, p. 30)

Portanto, o desenvolvimento de liderança na mudança comportamental através da comunicação permitirá identificar objetivos, formulados para reconhecer oportunidades e reduzir ameaças.

O primeiro objetivo específico visa analisar o tipo de liderança estabelecido e sua

repercussão no mercado de trabalho visando a fidelização do cliente, porque se faz necessário conhecer que estratégias administrativas são aplicadas na organização, visando para isso e valorizando o relacionamento do líder e sua equipe de trabalho e a importância da liderança para os funcionários, as soluções para o desempenho do líder e se existe espírito de liderança na empresa.

O segundo objetivo visa identificar as técnicas utilizadas pelos administradores na comunicação interna e externa das empresas em estudo, porque é importante mostrar os procedimentos estratégicos utilizado pelo administrador através de várias informações visando à satisfação dos funcionários e clientes a interação do líder com a equipe para que alcancem as metas, avaliando a qualidade dos produtos e serviços para uma escolha melhor e preocupando em satisfazê-lo através do atendimento diferenciado e tendo uma opinião própria sobre a empresa e qualidade dos serviços de forma eficaz. “[...] a comunicação decorre de uma percepção seletiva: as pessoas tendem a ouvir e a registrar apenas aquilo que lhes interessa, desprezando o que consideram irrelevante.” (Pilares, 1989, p. 28).

O terceiro objetivo específico visa avaliar a comunicação externa e interna nas empresas investigadas e seus reflexos no trabalho em equipe, porque se faz necessário conhecer o poder da comunicação, forma grupos de trabalho e função que desempenham dentro da empresa, além, do indivíduo ganhar confiança ele torna capaz de vê e a realidade dentro do seu próprio grupo de trabalho e o essencial para um bom atendimento e dando sugestões para o melhoramento da empresa, onde o administrador é fundamental para o aumento das vendas e através da informação influenciando-as vender seus produtos e serviços utiliza-se de vários procedimentos para uma lucratividade.

A quarto objetivo específico refere-se a mostrar a importância do administrador no aperfeiçoamento e desenvolvimento nas empresas e sua repercussão no crescimento da clientela, porque compete ao administrador ter uma política definida e consistente em todas as

atividades empresariais e o seu desenvolvimento para alcançar metas e o resultado desejado em satisfazer a clientela com atendimento diferenciado e produtos qualificados, onde o líder interage com a equipe para o alcance das metas e a avaliação da qualidade dos produtos e o que o levou à escolha deste estabelecimento para realização de suas compras com o tempo mínimo e saindo com uma opinião diferenciada da qualidade do atendimento dos produtos e serviços oferecidos pela empresa.

Com isso, podemos acreditar que o administrador pode descobrir dentro de si próprio a solução para a maioria dos problemas do dia-a-dia, comuns na administração dos negócios. Afastadas das dificuldades, poderá verificar o surgimento de formas simples, como pontes à frente dos seus passos, convidando-o à travessia para o sucesso.

Todo administrador comercial se fundamenta na idéia única da compra e venda, que toma corpo à medida que lhe damos impulso como atividade economicamente rentável. A forma de agir e decidir é inspirar pelo administrador que se coloca na direção dos negócios.

A direção ou administração da empresa poderá ser compartilhada por poucas pessoas quando se trata de uma organização de qualidade. A seleção de pessoas profissionalizadas para o atendimento de trabalho especializado em diferentes níveis, para se ter resultados satisfatórios, deve ser objeto de atenção. Na realidade todas as empresas necessitam de administradores, dirigentes, vendedores, auxiliares qualificados para o crescimento econômico da empresa.

A metodologia deste trabalho baseia-se em métodos científicos, onde avaliamos o papel do administrador como fundamental importância para o crescimento econômico nas empresas de Pinheiro, e através da dedução lógica afirmamos que a partir da qualificação dos empregados sentirão motivados e capacitados, podendo assim, obterem melhor desempenho nas tarefas a que lhes foram concedidas dentro do ambiente de trabalho, visando a permanência da liderança do administrador na organização de forma eficaz, através de vários

tipos de comunicação com consequência lógica declararemos também que os clientes satisfeitos é resultado de um bom administrador que proporciona a qualidade de serviços com o diferencial no atendimento para o crescimento no ambiente organizacional.

Os instrumentos utilizados para este estudo foram pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa de tempo e pesquisa de estudo de caso para podermos através de teorias comprovadas sermos orientados nos caminhos que iremos percorrer para buscarmos os alcances dos nossos objetivos, analisando a literatura de autores renomados na área administrativa para que através deles possamos ter subsídios para o melhor desenvolvimento deste estudo monográfico.

Auxiliando-nos nas entrevistas, questionários, histórico de vida, tipos de observações para podermos investigar fatos concretos e os métodos estatísticos para tabular e analisar os dados.

Também utilizamos as pesquisas bibliográficas para fazermos análise de textos, jornais, revistas e Internet para relacionarmos com trabalhos em equipe, com diferencial competitivo, e com a liderança atual nas empresas provocando as mudanças comportamentais. Utilizamos também a pesquisa documental, onde: analisamos os papéis que deram embasamento ao estudo, livros de registros de funcionários, livro de entrada e saída, balancetes, relatórios, registro de fornecedores, registro de pagamentos e controle de funcionários.

A pesquisa de campo foi feita através de questionários com perguntas direcionadas aos funcionários e clientes das empresas investigadas, com o propósito de dar situações a nossa tese.

Utilizaremos também a pesquisa documental, onde buscaremos nas empresas, documento importantes para análise, entre eles como cadastro, documentos de empregados, folha de pagamento, controle de treinamento e planejamento de funcionários, controle de

avaliação do desempenho de cadastro de clientes.

Utilizaremos também a pesquisa de campo e a pesquisa de estudo de casa, onde baseamos, para a construção dos instrumentos de pesquisa, nos procedimentos para a coleta de dados, aplicamos questionários a funcionários e clientes das três empresas e entrevistamos uma pequena amostra de funcionários da melhor e da pior organização, estabelecendo uma análise quantitativa entre as organizações em estudo.

Este trabalho se divide em cinco capítulos, onde mostraremos de maneira clara todos os itens abordados.

No primeiro capítulo abordamos a introdução, onde mostramos o papel do administrador sua comunicação e liderança com os funcionários e clientes.

No segundo capítulo, fale-se de revisão literária onde buscamos subsídios através de autores famosos que atuam na área de administração, analisamos e colocamos conclusões condizentes com o trabalho realizado que nos ajudam a reforçar e argumentar mais ainda sobre o tema e as variáveis utilizadas no nosso trabalho.

No nosso terceiro capítulo falamos de metodologia aplicada neste estudo, analisando como foi feita toda a pesquisa e quais foram os instrumentos utilizados, mostrando também como fizemos a coleta de dados para nos dar embasamento e amparo para argumentação do trabalho monográfico.

No quarto capítulo citamos as análises e discussões onde teremos as explicações do que foi feito coletado através de questionários aplicados aos colaboradores e clientes das empresas interligadas, elaboramos relatórios de coletas de dados, fizemos tabela e gráficos gerados por eles resultamos também que todos os dados adquiridos através da pesquisa de campo e de pesquisa estudo de caso comprovando a verdades dos fatos.

E no quinto capítulo citamos a respeito de conclusão dos trabalhos, onde falaremos de todas as reais soluções que poderão proporcionar melhor as organizações pelos

resultados obtido através da pesquisa. Mostraremos também todas as idéias que quando aplicadas aceitaram os administradores e os motivaram a alcançar total desempenho para chegarem a eficácia nos papéis administrativos que se propôs a empresa e a população.

Por meio deste trabalho tornará importante par os administradores de pequenas e média empresa de Pinheiro, empregados e clientes, que certamente serão todos beneficiados com o estudo realizado, por que através de técnicas, treinamentos inovaram e poderão ser aplicadas dentro a ambiente organizacional pelos empreendedores, em consequência disso, fortalecerá o quadro de colaboradores existentes, e assim proporcionará qualidade nos administradores, produto e na prestação de serviço a clientela, portanto, dando melhor lucro par as empresas.

Os benefícios gerados através deste estudo são muitos, pois no momento atual, tantas mudanças inovadoras ocorreram com uma rapidez enorme quando se trata do papel do administrador no ambiente organizacional. Portanto. Os empresários proporcionaram por meio desta pesquisa uma melhor qualidade no seu papel administrador e dando também uma vida a seus funcionários que estarão aptos a desempenharem qualquer função dentro do trabalho pelo fato de estarem qualificados e imotivados e em virtude disso, quem ganha também é o consumidor pela qualidade do produto e serviços prestados pela empresa com apoio do administrador.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

Jeanne M. Wilson comenta que muitos líderes hoje em dia sente-se como trapezista iniciante. Suas organizações estão evoluindo para a formação de equipes e eles estão sendo solicitados a saltar do conforto de uma plataforma (equipe altos gerenciais). Em meio a esse processo, eles precisam abordar seu antigo estilo autocrático e abraçar um estilo de liderança mais energizante.

No nosso ponto de vista a liderança na administração das empresas tornou-se importante na condução das atividades das empresas. Por que a liderança, em ultima análise é o denominador comum, o aglutinamento de um grupo, que o motiva no sentido de conseguir um objetivo comum.

A liderança é caracterizada pelo fato de depender do comportamento do grupo. Portanto, o líder deve pertencer ao grupo, não podendo nem devendo as barreiras sociais separá-lo dos liderados. Deve haver perfeita fusão do líder com o grupo. Além disso, o grupo deve aceitar as metas comuns.

O êxito da liderança depende, portanto, da atitude integrada e dirigida para um objetivo comum ao líder e ao grupo.

Aqui vemos que a mesma depende da aceitação integral do líder pelo grupo, de modo a se conseguir uma integração do esforço. E se o comportamento e as atitudes do líder não facilitam o trabalho a ser feito, ele, na realidade, não é líder. A filantropia do líder facilita seguramente sua aceitação pelos liderados, sobre quando, como no caso da supervisão, existe contato direto entre condutores e conduzidos.

Vemos que a liderança se processa dentro de um ambiente condicionado por forças sociais, formais e informais. Portanto, a liderança não pode atuar sem que se verifiquem algumas adaptações no grupo.

Podemos ainda notar que as três características acima citadas devem ocorrer simultaneamente, não bastando que existam isoladamente.

Ela não é um fim em si mesma, mas um meio de fazer com que as coisas sejam realizadas da melhor forma, com maior eficiência e eficácia.

Um líder é alguém que o grupo percebe como capacidade de defender seus objetivos fundamentais. Pois não existe propriamente, um fator que determine a liderança.

Existe, apenas, certos traços, atitudes e aptidões na pessoa por que o mesmo desenvolve formas e habilidades de liderar, motivar, contagiar e delegar responsabilidade a todos os membros do grupo e da equipe.

A descrição de um líder relaciona também como ter equilíbrio saber agir com cautela, ser inteligente e principalmente ser entusiasmático pelo que faz.

A liderança é fundamental na empresa, pois os grupos assim como os demais vão criando envolvimento e participando e mantendo os seus membros mobilizados para um só objetivo.

Liderança é a maneira adequada de agir com eficiência tornando o grupo liderado, qualificado e capaz de realizar qualquer ação.

Liderança para muitas pessoas parece ser fácil, pois liderança é preciso ter equilíbrio, comando, cautela em suas ações. Saber como falar, entender o próximo, fazer com eficiência, ter talento com a profissão a ser exercida.

Para se relacionar bem com os clientes é preciso, em primeiro lugar que o administrador consiga se relacionar bem consigo mesmo. Esta é uma grande dificuldade, pois muitos administradores vão para seu dia de trabalho levando uma série de tensões que inabilitam o bom relacionamento.

O administrador para ter sucesso em qualquer setor de atividades numa organização ele precisa desfrutar de bons relacionamentos com fornecedores, clientes,



funcionários e consumidores.

Por outro lado, os administradores de uma empresa para terem sucesso ainda mais precisam ter empatia, ou seja, necessitam saber se colocar na posição do cliente e imaginar como eles se sentem e acima de tudo devem saber ouvir.

A preocupação geral com relação à dependência absoluta de muitas empresas aos seus administradores se justifica plenamente, até por motivos de sucessão.

Existe consenso em termos da necessidade de despertar os administradores para a adoção de políticas de trabalho que lhes permitam aplicar os próprios conhecimentos e experiências, de modo mais racional e produtivo, a fim de aliviar a carga de serviços, nem sempre essenciais, que se habituaram a executar. Tal procedimento, às vezes exagerado, transforma-os em escravos da empresa, porque são obrigados a transportá-los nas costas, como se fossem caminhões de carga.

No cargo de direção, o indivíduo deve procurar desenvolver completamente o seu talento e criatividade, para exercer, em toda plenitude, o papel que o identifica como verdadeiro líder. Guiar, dirigir, desenvolver ações, com a autoridade que possui, representam fundamentalmente os seus encargos, para alcançar os seus objetivos, em vez de ocupar-se com funções que podem ser delegadas e que restringem os seus passos, o desempenho, a liberdade e o campo de visão.

A empresa pode perfeitamente ser comparada a uma máquina que trabalha para produzir alguma causa programada. À máquina exige operador, manutenção, lubrificantes e combustível. A empresa exige dirigentes, auxiliares, trabalho coordenado, organização e objetivos.

O administrador tem o livre arbítrio para escolher o sistema de organização administrativa que melhor convenha aos seus interesses, mas não deve fugir das regras básicas e preventivas que lhe assegurem um bom desempenho.

O processo do mundo, as conquistas sociais e o desenvolvimento tecnológico, num ritmo crescente, impondo mudanças radicais nos hábitos das pessoas e na forma de trabalho nas empresas, representam um sinal de alerta, que se traduz pela necessidade de atualização de conhecimentos, de informações e de profissionalização do administrador. O estilo de administração representa uma qualidade pessoal e inerente a cada indivíduo que se coloca no cargo de direção.

O administrador tornou-se importante na condução da sociedade moderna. Ele não é um fim em si mesmo, mas um meio de fazer com que as coisas sejam realizadas da melhor forma com o menor custo e com a maior eficiência e eficácia.

O mesmo deve estar focalizado no futuro para poder preparar a sua empresa para enfrentar os novos desafios do mundo globalizado que surgem através de novas tecnologias, novas condições sociais e culturais, novos produtos e serviços. Além disso, deve pensar e ver o mundo e agir localmente, para levar sua empresa à excelência, o administrador deve ter o espírito de empreendedor, aceitar desafios, assumir riscos. Somente assim o administrador pode conduzi-la a uma situação melhor.

Precisamos conhecer as necessidades humanas para melhor compreender o comportamento humano e utilizar a motivação humana como poderoso meio para melhorar a qualidade de vida dentro empresa, também ter habilidade de planejamento, conhecimento de tudo em relação a empresa, capacidade para expressar verbalmente as idéias, habilidades de ouvir principalmente para que no todo, todos saiam ganhando, principalmente ele.

A liderança deve estar presente na execução de todo e qualquer serviço do administrador é uma arma que deve ser utilizada como fator diferenciado do sucesso na empresa.

A medida que o mercado exige padrões de liderança cada vez mais elevados, as exigências em termos de qualidades de liderança evoluem aceleradamente e os

administradores sentem-se no direito de receber sempre a melhor e mais eficiente liderança. Se o líder deixa de oferecer as melhores condições de liderança aos seus funcionários, clientes, certamente estará vulnerável a uma ação oportunista de concorrência. Portanto a melhoria contínua na qualidade de liderança é fator de competitividade essencial para o gerente enfrentar, a disputar direto dos seus produtos e de serviços. Nesse sentido, a determinação pelo mais alto padrão de liderança deve ser incansavelmente perseguida pela empresa. Se ele deseja responder ou superar as expectativas dos seus funcionários e clientes. Conseqüentemente o comprometimento com a melhoria da liderança contínua no nível do serviço adotando a qualidade como diretriz de todas as ações de uma empresa. A liderança é uma das formas de levar o administrador à vitória na corrida da competitividade.

Segundo Antonio Xavier Teles fala que a liderança, o importante não são as qualidades do líder e sim a maneira e a técnica que usa para influenciar as pessoas. Dependendo dessa técnica, pode transformar sua liderança em Gatekeeping que se caracteriza como a capacidade de envelhecer a pessoa nos objetivos específicos do grupo ou da organização. Sem este envolvimento é difícil mudar e mobilizar eficazmente o comportamento das pessoas.

Durante séculos os Administradores acreditaram que o único meio de conseguir trabalho era por via da disciplina ou, em outras palavras por meio de coação.

Para os escravos, o castigo pelo fato de não produzirem era a morte ou a mutilação: para os servos da gleba, havia prisão perpetua e forca para o chefe de então havia apenas uma condição: ser duro e ter músculos.

Mas com o ocorrer dos séculos, os Administradores aprenderam que nenhum ser humano pode trabalhar com eficiência sob a ação do medo e do ódio ao superior e ao seu próprio trabalho. Vem então a época da Administração científica, com seu conjunto de estudos dos fatores de produção entre os quais o esforço humano.

Modernamente reconhece-se que também o chefe deve liderar para que o seu grupo de trabalho possa ter a máxima eficiência e para que haja, realmente, por parte de todos, plena satisfação no trabalho.

Atualmente não podemos conceber um chefe que não conheça e não pratique os princípios e processos progredidos no sentido de se obterem as melhores condições humanas possíveis no trabalho. Daí absoluta necessidade de o chefe moderno aprender a ser líder. Não há chefia e liderança. A liderança é um processo de chefia.

Administrar e liderar são duas atividades complementares, muitas organizações buscam pessoas com fortes características de liderança. E as expõe a atividades que fazem com que essas características sejam desenvolvidas. Porém, essas mesmas organizações esquecem que um líder forte com poucas habilidades para administrar é muito pior do que um bom administrador com poucas habilidades de liderar. O desafio real é ter capacidade de combinar as duas coisas.

Acredita-se que a ligação do administrador com a liderança seja um elo habitual. Portanto não se deve negar que, em condições favoráveis, cada um exerça seu próprio referencial de auto-identidade e auto-estima. O mesmo é considerado um aspecto intrínseco às pessoas; ninguém pode coordenar e liderar ninguém, sem que tenha um conhecimento das duas coisas.

Gerenciamento mostra-se através de um conjunto de ordens e fatores administrativos, onde destacamos o controle de suas habilidades como dos aspectos principais para o desenvolvimento moral e intelectual obtendo com isso uma organização de dados para alcançar o desenvolvimento da organização.

Ele cumpre um papel decisivo dentro das empresas onde enfrentam os muitos desafios da competitividade, em um mercado crescentemente globalizado. Isso porque os dirigentes estão cada vez mais inovados e exigentes na liderança de seus negócios que

direcionam para o sucesso.

Atualmente as empresas procuram trabalhar seus administradores com a liderança de qualidade possuindo um acervo de dados e informações com que se deparam todas as empresas. O desafio consiste em encontrar maneiras eficientes de administrar e liderar as empresas transformando-as de forma rápida e produtiva.

"Assim, os processos administrativos são basicamente processos decisórios, pois consistem no estabelecimento de métodos de rotina para selecionar e determinar os cursos de ação mais adequados e na sua comunicação as pessoas por eles afetados." (Chiavenato, 1997, p. 566)

No decorrer de toda sua história o homem sempre criou inúmeras maneiras para melhorar seu trabalho e conseqüentemente ter melhores resultados de suas ações. Portanto um administrador no mundo competitivo vive defrontando com novos desafios, como a globalização.

O administrador de utilizar o conhecimento interpretando novos fatos e variáveis aparentemente não relacionados de forma a atingir os objetivos, desejos estes, no caso, o lucro dos negócios que gerencia. Terá que ter em mente que a satisfação na aquisição de saberes só terá valores significativos se na sua tomada de decisão, atingir objetivo concreto.

O que condiciona o mesmo dentro da organização é o desejo de se sentir importante e necessário para a organização da qual ele pertence. É o reconhecimento pelo que fez e o respeito por meio de tratamento para manter seu amor próprio.

Para que ocorra desenvolvimento organizacional, deve-se buscar estruturamento técnico, desenvolver a competência pessoal e interpessoal. A organização visando o melhor relacionamento entre os membros que o compõem, para melhorar a qualidade de vida no trabalho e conseqüentemente tendo reflexões na vida social.

As lideranças existem na maioria das organizações, não consideram os valores individuais dos componentes de sua equipe de trabalho e tendo restrições quanto ao fato de considerar o grupo como fonte para o processo de tomada de decisões.

Pois, elas incorporam o seu papel profissional tendo postura com relação a sua equipe de trabalho tende a propiciar autonomia às pessoas e aos grupos, pois sabemos que é peça fundamental para um resultado eficaz.

A mesma está centralizada no indivíduo tende a tornar-se algo complexo, uma vez que se constata, muito raramente, que tal abordagem é assumida efetivamente na organização. A liderança centrada no indivíduo como um dos estilos necessários para que haja uma efetiva administração empresarial, sem desconsiderar que certas situações a liderança deve voltar-se para as tarefas visando ao alcance dos resultados. Pois, deve mostrar a situação como variável fundamental para a determinação do estilo comportamental a ser adotado, uma vez que ao atender possam comprometer-se com as tarefas, responsabilizando-se estes para a execução do trabalho e percebendo que a partir da realização do mesmo, poderá atingir parte ou totalidade de suas necessidades e expectativas. Conseqüentemente, uma melhoria de qualidade de vida possibilitará que o colaborador seja tratado como ser humano liderando sua auto-realização e ampliando sua auto-estima. Além da melhoria da qualidade de vida, entende-se que haverá a melhoria na qualidade dos serviços, ampliando-se a eficácia organizacional.

O grande desafio está justamente na habilidade do líder em conciliar pessoas e tarefas, sem perder de vista os objetivos e metas organizacionais. “A transição da liderança não é apenas uma questão de números e resultados finais. É também uma questão de profunda transformação pessoal”. (Wilson M. Jeanne, p. 39, 1992).

A finalidade de uma organização representa os propósitos a serem atingidos e os respectivos impactos no ambiente interno e externo. Estas influências refletem o estágio da organização, seu momento e os recursos empregados para o alcance de sua missão e dos objetivos. Existem fatores relacionados ao clima e a cultura organizacional que mobilizam os sistemas administrativos e que funcionam como ponte para efetivação dos resultados

organizacionais.

A vivência em organizações implica a definição de objetivos como pré-requisitos para o percurso dos sujeitos que compõem aquele contexto organizacional, como pelas ações administrativas e operacionais.

Os objetivos organizacionais representam tendências e perspectivas a serem atingidas em determinado período de tempo. Nesta perspectiva, a noção de objetivos possibilitam a compreensão dos processos administrativos e suas finalidades.

As noções de meta organizacional referem-se a identificação e a compreensão dos meios necessários para o alcance dos objetivos organizacionais inicialmente definidos.

“Toda organização precisa de alguma finalidade de alguma noção sobre os porquês de sua existência e do que ela deseja realizar. Sua missão, seus objetivos e a espécie de ambiente inteiro que quer criar para os participantes, dos quais depende para a consecução de seus fiéis, precisam ser definidas.” (Chiavenato, 7ª edição, p. 45, 2000)

A organização representa o espaço determinado em que um conjunto de papéis estabelecidos converge direta e indiretamente para o alcance dos objetivos e metas organizacionais, refletindo o grau de decisão ou indecisão e desestruturação, organizacional existente. Entretanto a empresa tende a adequar-se rapidamente a essas mudanças, tanto na adoção de novas tecnologias, quanto ao desempenho dos indivíduos; A relação entre indivíduo, grupo e empresa, meio ambiente deverá ser estabelecida num nível bilateral.

A organização é um sistema integrado de subsistemas interdependentes, havendo portanto intercambio entre os respectivos elementos, clima, cultura estrutura e os sistemas administrativos. A missão os objetivos a tecnologia, o produto as atividades a própria estrutura e os trabalhadores constituem o nicho organizacional.

A dinâmica das relações interpessoas processa-se a partir do desempenho de papéis profissionais que mantém relações com o sistema sócio-cultural do qual a organização faz parte, os papéis sociais e em especial os papéis profissionais constituem-se a partir das interações sociais presentes no ambiente de trabalho, considerando-se os níveis hierárquicos e

os sistemas de comunicação que o influenciam. O conjunto de valores, normas e padrões sociais influenciam o ambiente organizacional e delimitado como cultura organizacional. “As organizações sociais são consequência da necessidade que cada pessoa tem de se relacionar e juntar com outras pessoas, a fim a poder realizar seus objetivos.” (Chiavenato, 2ª edição, p. 226, 1991).

Para compreender as profundas mudanças exigidas dos líderes nós primeiros procuramos compreender as mudanças que ocorrem em nossas organizações. Mudanças essas que se manifestam tanto no ambiente interno quanto no externo.

As forças que dão forma às mudanças nas organizações não estão limitadas ao clima econômico e de negócios apenas, elas também refletem as mudanças ocorridas dentro da própria força de trabalho. Isso significa que as empresas que esperam competir com sucesso no futuro precisam reconhecer que seus empregados têm necessidade de desafio, respeito aos direitos individuais, espírito empreendedor, confiança e tomada de decisões, e que essa necessidade não reside apenas em casa, mas também no local de trabalho.

A busca pela qualidade continua a ser uma grande força pela mudança da organização e um requisito para a competitividade futura.

“O homem moderno passa a maior parte de seu tempo em organizações das quais depende para nascer, viver, aprender, trabalhar, ganhar seu salário, curar suas doenças, obter todos os produtos e serviços de que necessita etc.” (Chiavenato, 1991, p. 31)

O desempenho do administrador para o âmbito organizacional de uma empresa de médio porte varia de pessoa para pessoa e depende de fatores que condicionam o que os influenciam. O esforço do administrador depende das habilidades e capacidades para desempenhar o seu cargo ou função.

O desenvolvimento de excelentes habilidades de liderança é absolutamente essencial para comunicação eficaz. O administrador deve ser capaz, de compartilhar conhecimentos e idéias para transmitir uma mensagem com clareza e motivar os outros a agir



de acordo com ela. Somente por meio da comunicação é que o administrador mostra sua liderança motivando, inspirando e orientando seus empregados.

“A liderança é necessária em todos os tipos de organização humana, principalmente nas empresas e em cada um de seus departamentos. Ela é igualmente essencial em todas demais funções da administração. O administrador precisa conhecer a natureza humana e saber conduzir as pessoas, isto é liderar”. (Chiavenato, 1929, p. 88).

Liderar é uma atividade que a pessoa busca com fortes características de liderança, expondo suas atividades para desenvolvê-las dentro da empresa. A liderança é uma sistemática de desempenho do indivíduo no cargo e no seu potencial de desenvolvimento pessoal. Toda liderança é um processo para incentivar e valorizar o conhecimento as qualidades e as potencialidades do indivíduo. A liderança contribui com informações específicas básicas e direcionadas aos diversos segmentos da empresa no intuito de contribuir para o melhor desempenho do pessoal e da empresa.

A liderança constitui-se técnica de direção nas atividades administrativas, é um meio através do qual se pode localizar problema de supervisão de pessoal, integração do emprego à empresa ou ao cargo que ele exerce. De acordo com os tipos de liderança aplicada a empresa pode avaliar o desempenho e o desenvolvimento do seu pessoal.

Liderança é o processo de desenvolvimento da capacidade física, intelectual e moral do ser humano. Através da liderança o indivíduo sistematiza os conhecimentos adquiridos e incorpora a sua vivencia profissional, dessa forma a liderança profissional é um fator fundamental para o conhecimento das atividades da empresa.

Num sentido mais amplo, a liderança é um esforço dirigido no sentido de equipe, com a finalidade de fazer a mesma atingir o mais economicamente possível os objetivos da empresa.

Já Eunice Lacava Kwasnicka comenta que a liderança é um fenômeno complexo. O líder é a pessoa que tem habilidade de influenciar outros no trabalho ou em qualquer atividade na comunidade.

Já vimos anteriormente que cada indivíduo tem sua gama própria de necessidades humanas, que tem uma expressão também no grupo.

No que diz respeito ao grupo, também ele tem a sua personalidade, seu modo característico de ser, pelo que influi igualmente no processo de liderança.

A situação na qual o grupo se encontra influi grandemente também: há altos e baixos nas atividades e nas pressões externas, de modo que este fator, puramente externo, também deve ser tomado em conta.

Finalmente, porém não menos importante, é a personalidade do próprio líder. De suas características pessoais depende, em boa parte, o tipo de liderança a ser adotado.

Podemos então concluir: os traços característicos da personalidade de um grupo, variam de acordo com os seus objetivos. E concluímos, também, que os objetivos do grupo, contraposto a seus interesses, fornecerão precioso elemento determinante mesmo, em relação as atitudes e ao caráter do grupo.

O líder deve ser capaz de compartilhar conhecimentos e idéias para transmitir uma sensação de entusiasmo aos outros e desenvolver a comunicação o que é essencial para uma liderança eficaz. Além de ter a habilidade para lidar com os empregados.

Todo administrador tem de levar em consideração duas peças fundamentais que são: O líder e o aprendiz, sendo que o líder é a pessoa responsável, experiente e especializada em determinado ramo de atividade que transmite seus conhecimentos de forma clara e organizada aos seus aprendizes e que tem a responsabilidade de formar profissionais capazes de desenvolver o que foi repassado.

Já o aprendiz é a pessoa que possui qualquer cargo dentro da empresa, que espera atingir uma melhor experiência e que procura absorver o máximo que puder de conhecimentos do líder para por em prática os resultados obtidos para melhor competitividade.

Acredita-se que a ligação do líder-chefe com os empregados da empresa seja um elo habitual. Portanto não se deve negar que em condições favoráveis, cada pessoa exerça com naturalidade seu poder criativo, buscando seu próprio referencial de auto-identidade e auto-estima, o que condiciona o ser humano dentro da empresa, o desejo de se sentir importante é necessário para a empresa da qual ele participa. É o reconhecimento pelo que faz e o respeito por meio de tratamento para manter seu amor próprio. "Líderes bem-sucedidos geralmente dão ótimos treinadores, facilitadores e consultores internos, e essas são áreas onde as organizações precisam dos empregados de melhor desempenho". (Jeanne. M. Wilson, 1957. p. 210).

Sabe-se que as empresas necessitam de pessoas capacitadas para manter-se o âmbito Organizacional profissionais que venham fazer o desempenho e agregar valores de suma importância, para o desenvolvimento da organização.

As concepções sobre a liderança tendem a decorrer de alguém indivíduos que possuem qualidades notáveis de liderança, tendo o dom de permitir-lhes e exercer grandes influências sobre os seus colaboradores que se empenham no trabalho e nos seus objetivos.

O desempenho na liderança e comportamento do indivíduo no sentido de efetivar o alcance dos objetivos formados, constitui estratégia individual para alcançar os objetivos pretendidos. Para que o administrador cresça com o desempenho na organização ele precisa de atributos para garantir o sucesso. Sendo líder nato, otimista, persistente, organizar eficazmente, observar o princípio da ética. Ser inteligente ter bom conhecimento, manter níveis elevados. Competência emocional, gerar espírito de cooperação amizade e principalmente de liderança.

Hoje no mundo globalizado em que vivemos a liderança é considerada um meio de desenvolver a competência e criatividade das pessoas, para que elas se tornem mais produtivas e inovadoras Para contribuir com a organização e se torne mais valioso. "Líderes

de equipe e gerentes devem acreditar verdadeiramente que sua equipe tomará as decisões certas e que os membros da equipe querem fazer o seu melhor.” (Wilson, 1957. p 78).

Para que os objetivos sejam realmente alcançados o líder deve ser uma pessoa que saiba criar envolvimento e participação, além de contagiar, delegar, criar responsabilidade e ser inteligente nas suas estratégias.

A motivação é o ato o efeito de motivar, ou seja, as causas de conjunto de fatores, os quais os líderes agem entre se determinando a conduta do líder no âmbito em que vive e se relaciona.

Os desejos e as necessidades do líder variam de pessoa para pessoa e isso provoca diferentes padrões de comportamento, inteligência individual. Portanto as reações são diferentes em relação à motivação, levando-se em conta a diversidade do comportamento de liderança que se processa de forma mais ou menos idêntica em todos os líderes.

No mundo globalizado em que vivemos não é possível o líder compreender o comportamento das pessoas sem o conhecimento da motivação. Devido à questão da motivação ela é relativa e dada em termos de força ativa e impulsionadora, tudo isso se resume em desejo ou receio, o líder deseja poder de liderança e status, receio o afastamento da vida social e ameaça a sua auto-estima.

“De acordo com o primeiro autor citado anteriormente a comunicação eficaz é tanto oral como escrita. permanece uma responsabilidade chave da liderança. Enquanto muitos dos líderes de hoje não precisam ser grandes oradores ou escrevem uma prosa elegante, eles devem ser capazes de comunicar informações e idéias para os outros sendo de maneira clara e eficaz”.

A comunicação envolve mais do que apenas habilidades. Embora seja verdade que a capacidade de comunicação de alguns líderes é desastrosa, a maioria dos problemas de comunicação não estão relacionados com uma falta de habilidade, pelo contrário, os problemas acontecem mais frequentemente quando os líderes não reconhecem a importância de comunicar informações relevantes, e quando retém a informação como uma fonte de poder sobre os funcionários.

A comunicação é em síntese a relação estabelecida pela transmissão de estímulos e pelas respostas provocadas. Uma definição mais pormenorizada reconhece como um processo voluntário ou não pelo qual dois ou mais agentes transmitem ou recebem mensagens por meio de um sistema ou parcialmente compartilhando de sinais, símbolos e comportamentos.

Ao longo do tempo o homem criou inúmero meio para vencer as distâncias e aproximar as pessoas. Do pombo-correio até a Internet, houve uma extraordinária evolução, mas a tecnologia não conseguiu superar a necessidade do contato direto entre as pessoas.

Afinal, não existe mensagem mais emocionante que um sorriso, mais caloroso que um abraço, mais convincente que um olhar e mais segura que firme aperto de mão. Nós seres humanos sempre acreditamos na força da comunicação para impulsionar os negócios e usamos todos os meios disponíveis. Mas reconhecemos, nenhum veículo que seja capaz de substituir a conversa direta. Pois só ela transforma um conhecido em um amigo.

Queremos debater o sentido correto da comunicação: o entendimento capaz de transmitir de maneira consciente a percepção na qual as pessoas tendem a ouvir e a registrar tudo aquilo que lhes interessa, transmitindo idéias, sentimentos, emoções para as pessoas. Porém a comunicação no grupo deve ser utilizada de forma especial para que possa transmitir motivação, bons valores e exemplos de honestidades e ideais de vida. Desde os primórdios os seres humanos utilizavam a comunicação de forma inconsciente através de palavras, desenhos e gestos. Hoje a comunicação denomina-se através de conhecimentos adquiridos no dia-a-dia.

Organizar a comunicação para os administradores é transmitir de maneira consciente a percepção na qual as pessoas tendem a ouvir e a registrar tudo aquilo que lhes interessa, transmitindo idéias, sentimentos, emoções para as pessoas que podemos chamá-las de emissor e receptor. Fatos simples, originados de conhecimento comum ou científico e onde encontramos a definição de comunicação. Enfim, uma comunicação de administradores é

motivação no cotidiano da vida do ser que inspirou o elo interno e externo com seus empregados e clientes.

Não basta ter uma equipe de grandes talentos altamente motivados. Se ela não estivesse bem informada se seus integrantes não se comunicarem adequadamente, não será possível potencializar a força humana da empresa. A comunicação interna nesse sentido é algo prioritário que deve merecer, principalmente por parte da cúpula da empresa, grande atenção.

Antonio Xavier Teles tem a mesma opinião do autor anterior, que a comunicação é tanto verbal como escrita apresenta problema na estrutura administrativa, gerando dificuldades no sistema de comunicação e criam problemas psicológicos na empresa, pois se uma administração é inadequada ou ineficiente cria problemas na área da comunicação é no terreno das relações psicológicas, podemos considerar esses problemas como escala de um termômetro que mede a boa ou má administração.

Toda comunicação é utilizada por um grande grupo social, conhecido como idioma ou língua para que eles possam se comunicar entre si. A comunicação constitui um dos processos fundamentais da experiência humana e da organização social na empresa.

A qualidade da comunicação interna nas empresas, apresenta-se através da individualização dos processos funcionais e suas diferenças e níveis de experiência e amplitude e pelo grau de motivação de cada pessoa. Os administradores mostra-se o nível de habilidades interpessoais posturas e capacidade de ouvir e se expressar com seus empregados.

“Já Eunice Lacava Kwasnicka comenta o valor da comunicação em uma organização, é de suma importância tanto interna como externa. Para o líder, o processo envolve a seleção dos assuntos de comunicação como a formação e a transformação de informações no ambiente organizacional”.

Ela é usada para maximizar a quantidade de informações através dos canais de

comunicação para o receptor, que então detecta a informação transmitida nas empresas.

O líder e suas habilidades pode ser vista como um sistema de procedimentos, entradas e saídas da organização, e como sabemos que a comunicação é uma parte integrante da administração, os canais de comunicação podem ser caracterizados como formal e informal. Na comunicação formal (rede), e através da hierarquia organizacional (de cima para baixo).

Os canais informais não precisam aderir necessariamente as linhas formais de autoridade ou a estrutura da organização. Além da existência das linhas formais de comunicação, os líderes devem estar cientes da existência e dos valores dos canais de comunicação informal.

Pois, deve ser feita para as pessoas certas, envolvidas no processo administrativo da empresa. Mostrando-se os benefícios que elas trarão para essas pessoas e para a empresa. Quanto maior o comprometimento dos funcionários, administradores e clientes, tanto maior será a disposição e a energia dedicada para atingir os objetivos e superar os desafios.

É através dela que podemos distinguir os pontos fortes e fracos das operações, atividades e tecnologia proporcionando informações que ajudarão os administradores das empresas a avançarem mais rápida e eficientemente em relação a seu papel de administrador no mercado competitivo.

O administrador tem que possuir uma comunicação aberta com o mercado para ouvir suas reclamações e sugestões, com certeza se mostrará simpático para o público, para seus funcionários e estará no caminho para obter a preferência e fidelidade de ambas as partes.

O sistema da comunicação externa é responsável pelo posicionamento e imagem da organização na sociedade. Por isso seu foco é a opinião Pública. Já a externa nas organizações mostra sua estrutura e seu desenvolvimento tecnológico e as tendências das

opiniões Públicas, são os mecanismos utilizados para o crescimento das empresas e merecendo destaques o posicionamento do consumidor.

As organizações diante dos desafios encontrados passaram a abrir novos horizontes, para o meio social, utilizando estratégias para a comunicação nas empresas. Ela é eficaz para os administradores, tanto oral como escrita e a que envolve mais habilidades, motivação e disposição para com seus empregados. Para alguns administradores os problemas não estão relacionados com uma falta de habilidades, acontece mais frequentemente.

Os administradores não reconhecem a importância de se comunicar com informações relevantes e quando eles retêm a informação como uma fonte de poder sobre os empregados. Administradores eficazes transmitindo informações sobre o desempenho da empresa e novas tecnologias aos clientes sabendo compartilhar essa informação incentivando um desempenho de equipe eficaz.

"Administrar é um processo integrativo da atividade organizacional que permeia nossa vida diária. A necessidade de administrar surge do confronto entre as variáveis que compõem uma atividade formalmente estruturada como recursos matérias e humanos, tecnologia restrições ambientais entre outros."(Lacava, 1995, p. 16)

Um administrador cumpre um papel decisivo para as empresas, pois e através dele que elas desenvolvem suas competências, seus objetivos e habilidades decisórias. Administrar é uma peça fundamental na nossa vida diária, até mesmo a família requer uma boa administração.

No decorrer dos anos, muitos conceitos vem sendo desenvolvidos, podendo dizer que administrar é, portanto um processo de criar, dirigir, manter, operar e controlar uma organização. Outro conceito básico de administrar refere-se ao conhecimento. Ainda podemos conceituar administração envolvendo o campo profissional.

Hoje podemos observar que a administração é feita de maneira flexível, onde os membros participam pelo menos com uma atividade dividido o trabalho a autoridade e responsabilidade de cada um, o poder e através da competência e interação dos mesmos,



valorizando o pessoal administrativo considerando que todas as organizações enfrentam problemas, a melhor maneira de solucioná-los é de forma criativa. Uma organização nunca está fundamentada em apenas um objetivo, mais sim em vários. Por exemplo, produzir com influência gera a obtenção de maior rentabilidade.

Com o desenvolvimento tecnológico os administradores serão desafiados a introduzir elementos que permitam ao indivíduo trabalhar com mais motivação. Cada avanço exige a determinação do efeito físico e social do desenvolvimento, melhorando suas habilidades de percepção.

“A administração não está confinada apenas às fabricas, lojas, escolas ou hospitais. Até mesmo um núcleo familiar requer certo grau de administração. Quanto maior o nível de complexidade de atividade definida pelo grupo formal, maior a necessidade de se aprofundar nos conhecimentos da ciência administrativa.” (Lacava, 1995 p. 16).

O administrador na sociedade moderna tornou-se vital e indispensável. Em uma sociedade de organizações na qual a complexidade e a interdependência das organizações constituem o aspecto crucial, o administrador é o fator-chave para melhoria da qualidade de vida, na organização.

Como um administrador nunca trabalha sozinho, mais em contato com outros administradores encarregado de outras áreas ou tarefas da empresa. É importante frisar que ele deve focalizar no futuro para poder preparar a sua empresa para enfrentar os novos desafios que surgem, seja através de novas tecnologias ou condições sociais.

No mundo globalizado que estamos o administrador que não estiver atualizado a todo instante em equipamentos como em informações e conhecimento não estará apto para enfrentar o mercado competitivo que estamos vivendo.

É importante e consistente ressaltar que o administrador é visto como um processo integrativo fundamental, buscando a obtenção de resultados específicos e concretos a sua empresa. Além de desenvolver o seu próprio campo de teorias para a sociedade que lhe rodeia.

### **3 METODOLOGIA**

Este trabalho visa a avaliação do papel do administrador nas empresas, visando à liderança a comunicação interna e externa a motivação e o desempenho dos mesmos diante da falta de capacitação. Utilizaremos os **Métodos Teóricos** para analisar o objeto de estudo em investigação, os **Métodos Empíricos** através de entrevistas, questionários, tipos de observação medida de opinião e o **Método Matemático**, para após o cruzamento dos dados chegarmos aos resultados estatísticos.

#### **3.1 Pesquisa Bibliográfica**

Utilizaremos a pesquisa bibliográfica que nos dará enriquecimento em nosso projeto através de teóricos, especialistas na área de administração, teremos uma visão maior das empresas investigadas, onde utilizaremos fontes deixadas por outras pessoas como livros, revistas, documentários, artigos e Internet.

#### **3.2 Pesquisa Documental**

Utilizaremos a pesquisa documental onde comprovaremos através de documentos privado e específico. Para isso utilizaremos os seguintes documentos:

Cadastro de empregados

Folha de pagamento

Controle de planejamento e treinamento de funcionários

Controle de avaliação do desempenho

Cadastro de clientes

### 3.3 Pesquisa de Campo

A pesquisa de campo far-se-á:

#### 3.3.1 Universo e Amostra:

O universo pesquisado compreenderá os funcionários, fornecedores, gerentes, administradores e clientes das empresas **MULTIMÓVEIS, COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ E COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** que são aproximadamente 12748 pessoas, determinou-se através da teoria da amostragem o 2,7%, onde 45,4% de funcionários, 3% de gerentes e 3% de administradores são da **MULTIMÓVEIS**, 1,7% de funcionários, 0,14% de gerentes e 0,29% de administradores são da **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** e 6,9% de funcionários, 0,36% de gerentes e 0,72% de administradores são da **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** que corresponde a 354 de pessoas entrevistadas.

**Tabela 3.3.1 Universo analisado na pesquisa de campo**

<b>Empresas</b>	<b>Nº de Func.</b>	<b>Nº de Fornec.</b>	<b>Nº de Gerentes</b>	<b>Nº deAdminist.</b>	<b>Nº de Clientes</b>
Multimóveis	04	26	01	02	68
Comercial Brasillojas Matriz	12	657	01	02	5.700
Comercial Brasillojas Filial	20	252	01	02	6.000
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>935</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>11.768</b>
<b>Universo</b>	<b>12.748</b>		<b>Amostra</b>	<b>354</b>	

### **3.3.2 Procedimentos para a coleta de dados:**

Analisaremos as seguintes informações referente ao período estudado:

- Integração dos empregados
- Aplicação de programa de treinamento
- Relacionamentos entre o empregador e empregado
- Rotatividade dos empregados
- Atendimento ao cliente
- Trabalho de equipe dos empregados
- Fatores que influenciam a produção
- Ambiente de trabalho adequado
- Aplicação de programa de cooperativismo
- Motivação interna e externa nas empresas
- Gerenciamento das empresas no controle de empregados
- Lucratividade das empresas
- Capacitação profissional dos empregados
- Nível de escolaridade
- Falta de compromisso com a organização
- Relação inter-pessoal
- Visão do mercado competitivo
- Programas de marketing
- Existência de espírito de equipe falta de compromisso com as atividades
- Forma de relacionamento interna e externa na empresa
- Eficiência da comunicação interna

### 3.3.3 Instrumentos Utilizados

Utilizaremos questionários com perguntas dicotômicas, tricotômicas e de multi-escolha auxiliando-nos da observação sistemática, não participante, em equipe e na vida real.

### 3.3.4 Sujeitos entrevistados

**Tabela 3.3.2 Amostra selecionada na aplicação de questionários**

<b>Empresas</b>	<b>Nº de Func.</b>	<b>Nº de Fornec.</b>	<b>Nº de Gerentes</b>	<b>Nº de Administ.</b>	<b>Nº de Clientes</b>
Multimóveis	15	-	01	01	100
Comercial Brasillojas Matriz	13	-	01	01	100
Comercial Brasillojas Filial	19	-	01	02	100
Total	46	-	03	05	300
<b>AMOSTRA</b>					354

## 3.4 Pesquisa de estudo de caso

### 3.4.1 Universo e amostra

**Tabela 3.4.1 Universo analisado na pesquisa de estudo de caso**

<b>Empresa</b>	<b>Nº de Func.</b>	<b>Nº de Fornec.</b>	<b>Nº de Gerente</b>	<b>Nº de Administ</b>	
Brasillojas	12	657	01	02	672
Multimoveis	04	26	01	02	33
<b>Total</b>					<b>725</b>

O universo pesquisado compreenderá os funcionários, fornecedores, gerentes e administradores da empresa **Comercial Brasillojas Matriz** e a **Multimoveis** que são 725

peças, através da teoria de amostragem determinou-se 6,6% da **Multimoveis** e 0,14% da **Comercial Brasillojas Matriz** que correspondem a três pessoas entrevistadas.

### **3.42 Procedimentos para a coleta de dados**

Analisará-se as seguintes informações referentes ao período estudado.

- Ética profissional do empregado.
- Igualdade de direito no trabalho.
- Capacidade para liderança em equipe.
- Interação na equipe de trabalho.
- Estabilidade financeira do empregado.
- Nível de satisfação dentro da empresa.
- Capacidade de exercer suas funções.
- Competência e eficiência com a profissão.
- Respeito à individualidade do trabalhador.
- Responsabilidade para exercer suas tarefas.
- Honestidade da sua equipe.
- Nível de auto-estima do indivíduo.
- Relacionamento entre funcionários.
- Direito de opinar.
- Sua capacidade e seu desempenho.
- Idéias respeitadas pelos os colegas.
- Veste a camisa da empresa.

### **3.4.3 Instrumentos Utilizados**

Utilizaremos entrevistas semi-estruturadas com perguntas do tipo abertas, (focalizadas, clínicas e dirigidas) auxiliando-nos da observação sistemática, participante em equipe e na vida real.

#### 3.4.4 Sujeitos Entrevistados

**Tabela 3.4.2 Amostra selecionada 2 na aplicação de entrevista da empresa.**

<b>Empresa</b>	<b>Nº de Func.</b>	<b>Nº de Fornec.</b>	<b>Nº de Gerente</b>	<b>Nº de Adm.</b>	<b>Total</b>
Comercial Brasillojas Matriz					
% de entrevistados	0,14%	22,2%	5,5%	5,5%	100
Número de pessoas	01	-	-	-	01

**Tabela 3.4.3**

<b>Empresa</b>	<b>Nº de Func.</b>	<b>Nº de Fornec.</b>	<b>Nº de Gerente</b>	<b>Nº de Adm.</b>	<b>Total</b>
Multimoveis					
% de entrevistados	6,06%	-	-	-	100
Número de pessoas	02	-	-	-	02

Dos dados coletados e dos problemas identificados nesta investigação, surgirão soluções imediatas e em logo prazo que se implantadas na empresa ajudarão a melhorar a situação atual da mesma.

#### 4 ANÁLISES E DISCUSSÕES

Aplicamos questionários para funcionários e clientes, entrevistamos alguns funcionários das empresas estudadas. Preocupando-se com a qualidade de levantar o nível dos administradores e a comunicação e liderança pré-estabelecida pelos mesmos, para o crescimento e desenvolvimento das empresas no município de Pinheiro, na tentativa de encontrar resultados, foi realizada pesquisa de campo onde envolveram funcionários e clientes das empresas, sendo que inúmeros dados foram coletados e analisados buscando um objetivo no desenvolver de nossas atividades, vencendo várias barreiras foram encontrados problemas e dificuldades, mas ao término das análises, pretendemos ter proposto soluções para as organizações, a fim de proporcionar um atendimento diferenciado, tanto para clientes quanto para funcionários.

Com a globalização as empresas estão passando por uma fase de mudanças muito rápidas e devido a essas mudanças as organizações podem ter sua sobrevivência ameaçada. E por este entre outros motivos que há uma preocupação por parte dos administradores a utilização de atendimento de melhor qualidade, com mais eficiência e agilidade para manterem-se à frente dos concorrentes no mercado.

Tendo este trabalho em analisar a importância e o essencial para um bom atendimento nas empresas, para isso destinamos a pesquisa em três empresas comerciais, **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ, COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL e MULTIMÓVEIS,** que nos deram subsídios em relação ao tema pesquisado, devendo este proporcionar melhores previsões sobre as diversas tomadas de decisões administrativas e conseqüentemente gerar maior agilidade no atendimento de seus clientes.

Sendo necessário para o atendimento a interação e a liderança através da



comunicação externa e interna, que será de grande importância para a empresa, pois este sistema manterá interação com todos os setores da organização, fazendo assim, controle de uma forma geral, diante deste fato, o mesmo apresentará resultados significativos, pois terão conhecimento da satisfação dos clientes, através de vários procedimentos utilizados pelos administradores, procurando solucionar problemas existentes na empresa como é de habitual.

Terá também, que investir na qualificação dos funcionários e mostrar o papel do administrador para o crescimento econômico da empresa, através de treinamentos e motivações. Estudamos a comunicação como fator de suma importância para o administrador liderar eficazmente e sua influência no âmbito organizacional. E o administrador deve compartilhar seus ideais com os subordinados.

Utilizamos como instrumento de pesquisa os questionários para clientes e funcionários aplicados nas empresas mencionadas, onde buscamos informações que nos deram base para a conclusão do nosso trabalho.

No decorrer da pesquisa, enfrentamos alguns graus de dificuldades, como o não total de entendimento das perguntas atribuídas dos entrevistados, tempo disponível para responderem as variadas questões e não clareza em algumas respostas e a omissão das pessoas com relação aos questionários, por ter respondido vários.

Esperamos com este trabalho, atribuir as empresas o melhor controle administrativo e financeiro com a utilização de um banco de dados automatizados, para facilitar o manuseio das operações realizadas dentro do ambiente de trabalho, com vista a alcançar um crescimento econômico, objetivando o desenvolvimento do empreendimento.

A partir do cruzamento entre sexo e faixa etária. A empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** totalizaram 53,32% (n=15) do sexo masculino dos entrevistados desses 26,66% (n=4) entre 21 a 30 anos, 13,33% (n=2) 31 a 40 anos e 13,33% (n=2) 41 a 50 Anos e 46,65% (n=15) dos entrevistados são do sexo feminino, desses 6,66%

(n=1) responderam que possuem no máximo até 20 anos, 13,33% (n=2) entre 21 a 30 anos e o restante 26,66% (n=4) 31 a 40 anos.

Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL**, totalizaram 40,89% (n=22) dos funcionários responderam que são do sexo masculino, onde 4,54% (n=1) afirmam ter 20 anos, 22,72% (n=5) 21 a 30 anos, 9,09% (n=2) 41 a 50 anos, 4,54% (n=1) acima de 50 anos e 59,09% dos entrevistados são do sexo feminino, entretanto, 40,90% (n=9) 21 e 30 anos, 18,18% (n=4) possuem de 31 a 40 anos.

A empresa **MULTIMÓVEIS** 82,35% (n=17) relataram que são do sexo masculino, enquanto 47,05% (n=8) afirmam ter de 21 a 30 anos, 29,41% (n=5) entre 31 a 40 anos, 5,88% (n=1) 41 a 50 anos, 17,64% (n=17) dos entrevistados são do sexo feminino, destes 17,64% (n=3) possuem de 31 a 40 anos.

**Tabela 4.1: Análise de Sexo X Faixa etária**

Faixa etária	Sexo			
	Masculino		Feminino	
	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>				
20 anos			1	6,66
Menos de 21 e 30 anos	4	26,66	2	13,33
Entre 31 e 40 anos	2	13,33	4	26,66
Acima de 41 e 50 anos	2	13,33	-	-
Acima de 50 anos	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>		<b>100%</b>
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>				
20 anos	1	4,54		
Menos de 21 e 30 anos	5	22,72	9	40,90
Entre 31 e 40 anos	-	-	4	18,18
Acima de 41 e 50 anos	2	9,09	-	-
Acima de 50 anos	1	4,54	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>22</b>		<b>100%</b>
<b>MULTIMÓVEIS</b>				
20 anos	-	-	-	-
Menos de 21 e 30 anos	8	47,05	-	-
Entre 31 e 40 anos	5	29,41	3	17,64
Acima de 41 e 50 anos	1	5,88	-	-
Acima de 50 anos	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>17</b>		<b>100%</b>

Este cruzamento entre sexo e faixa etária nos informará sobre a média de idade e sexo dos funcionários que fazem parte das empresas investigadas.

As informações obtidas nos indicará que o departamento das empresas pesquisadas são formadas por funcionários de várias idades entre 21 a 30 anos e 31 a 40 anos em sua

maioria 41 a 50 anos.

No meio empresarial onde o conhecimento e as informações do mundo globalizado é fundamental para o crescimento e desenvolvimento dos empreendimentos empresariais, nota-se a presença de ambos os sexos de forma eficiente e com idades e experiências diferenciadas.

Algumas empresas já perceberam o que muitas mulheres sentem na pele: que não é fácil gerenciar dupla jornada de trabalho, diferenças salariais em relação aos homens, falta de oportunidades no alto comando das organizações, preconceito. Atento esses possíveis impedimentos no crescimento delas, um grupo ainda seleto de empresas vem desenvolvendo políticas diferenciadas para seu público feminino. Apesar de cada vez mais as mulheres conquistarem posições no mercado, reconhece que elas ainda têm muitas barreiras para enfrentar. Não é contra a postura de empresas que criam políticas de desenvolvimento voltadas exclusivamente para seu público feminino, mas espera que um dia isso não seja mais necessário. Seu sonho é que as organizações, com o tempo, criem naturalmente condições de igualdade par as pessoas, independentemente de serem homens ou mulheres, brancas ou negras, religiosas ou ateístas. “Quando isso acontecer, teremos empresas mais humanas e uma cultura mais amistosa”.

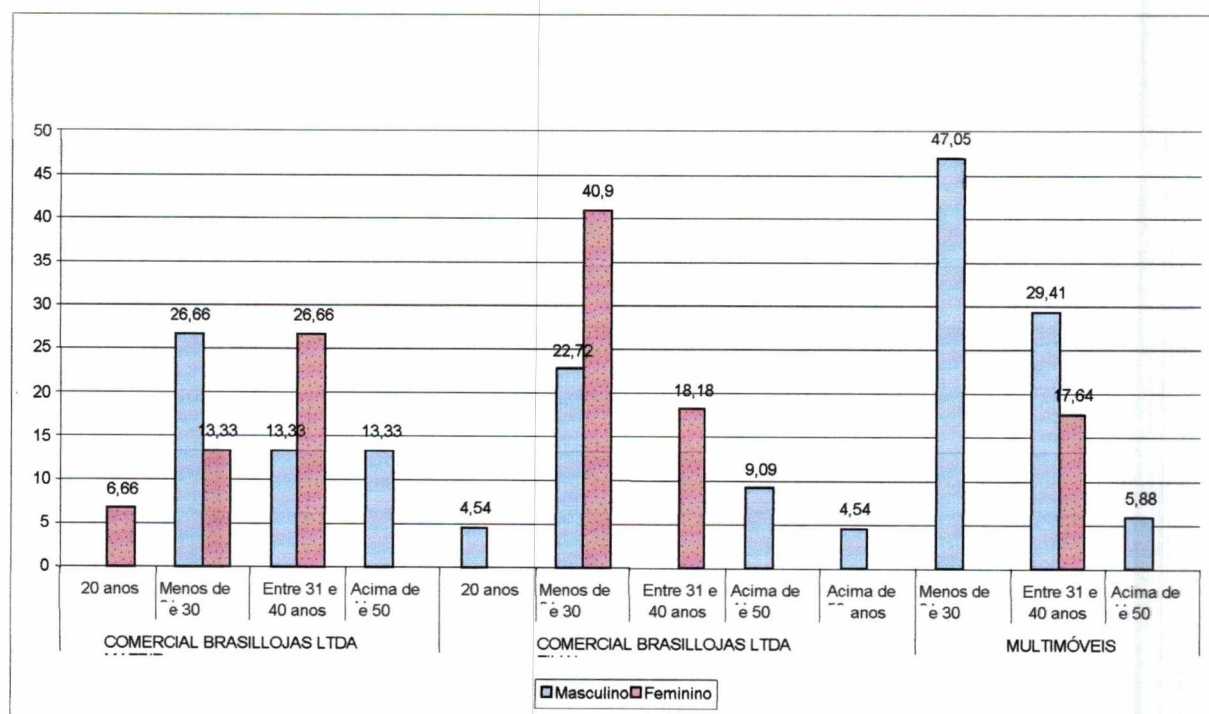
“As diferenças analisadas nos levam a uma constatação importante dentre de uma mesma sociedade com modos de viver, agir e pensar diversos.” (Macedo e Oliveira, 1996. pág. 14). A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 53,32% (n=15) dos funcionários afirmaram que possuem idade entre 31 a 40 anos na sua maioria, o mesmo coincide com a empresa **MULTIMÓVEIS** 82, 34% (n=22) diverge da **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** que informaram sua faixa etária com 40,89% (n=17) que atestaram essa idade de 31 a 40 anos.

Com relação a segunda variável, na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS**

**LTDA MATRIZ**, 39,99% (n=4) dos entrevistados mencionaram que são do sexo masculino e feminino com idade de 31 a 40 anos, coincidindo com a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 63,62% (n=5) e também com a empresa **MULTIMÓVEIS** com 47,05% (n=5).

Dentre as empresas analisadas verificamos que as mesmas possuem funcionários com faixa etária entre 20 a 50 anos. Com a pesquisa realizada concluímos que as empresas procuram optar por funcionários que tenham a idade variadas, para formar o seu quadro pessoal, porque através do conhecimento de cada um contribui para o crescimento e desenvolvimento da empresa.

**Gráfico 4.1: Análise de Sexo X Faixa etária**



#### 4.1 Análise do tipo de liderança estabelecido nas empresas e sua repercussão no mercado de trabalho visando a fidelização do cliente.

Com o cruzamento por que você considera a liderança importante para a empresa

e como é o relacionamento do líder e sua equipe com os demais na empresa. Verificou-se que na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** do total 159,98% (n=15) que acreditam que o relacionamento baseia-se na cooperação, 26,66% (n=4) afirmaram que melhora a qualidade na liderança da empresa, já 66,66% (n=1) aumenta a produção como fator principal da organização e o mesmo percentual afirma que o aumento de cliente é fator primordial da empresa 33,33% (n=15) responderam que a convivência baseia-se na união dos funcionários, sendo que 13,33% (n=5) é de excelente importância liderança na empresa para melhorá-la, já 20% (n=3) possuem um acréscimo de freguês para a importância, liderança na empresa do total 146,65% (n=15) acreditam que o entrosamento do chefe e seus empregados é bom e existe quando tem o companheirismo mais 66,66% (n=1) pensa que a liderança é importante para a formação de equipes e o mesmo percentual está relacionado na produtividade da empresa, 13,33% (n=2) melhora a qualidade da empresa.

Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 131,80% (n=22) analisa o relacionamento com o companheirismo, 45,45% (n=1) aumenta os clientes para possuir esse acréscimo necessita de uma boa liderança como fator importante na empresa, 9,09% (n=2) apontaram a liderança como principal responsável pelo aumento da produção, o mesmo percentual avalia a formação de equipes em técnica de liderança na empresa, já 22,72% (n=5) comentaram sobre o melhoramento na qualidade de conduzir a organização, 45,45% (n=1) não opinaram talvez por não querer ou para não se comprometer, 45,45% (n=22) compara a aproximação do administrador com a junção das pessoas mantendo a liderança influente na empresa, 163,62% (n=22) responderam que a cooperação é um excelente passo para o sucesso, 45,45% (n=1) aumenta os clientes, cresce os lucros e melhora a qualidade por possuir uma empresa de médio porte no mercado competitivo de nossa cidade, 27,27% (n=6) comentaram que o aumento da produção é um fator preponderante na decisão das compras da empresa, 54,54% (n=22) falam que outros por pensarem que existem

vários tipos de liderança dentro de uma empresa.

De acordo com os questionários aplicados na empresa **MULTIMÓVIES** 47,04% (n=17) afirmaram que o entrosamento entre o líder é o companheirismo, 11,76% (n=2) responderam que o acréscimo de clientes não deixou de ser essencial para a empresa, 23,52% (n=4) acredita no aumento da produção como fator principal para o seu desenvolvimento, 5,88% (n=1) com a liderança eficiente cresce os lucros e o mesmo percentual forma equipes competentes dentro da organização, 41,17% (n=17) preferem a união entre o relacionamento do líder e empregados, 5,88% (n=1) relata que aumentando clientes forma equipe para uma produtividade melhor, 29,41% (n=5) valoriza a produção como meio de sucesso 11,76% (n=2) mencionaram que a ligação entre o líder e seu grupo de trabalho é a cooperação, 11,76% (n=2) falaram que aumenta os clientes conforme o tipo de liderança que os administradores exercem em sua organização.

**Tabela 4.1.1: Análise de Como é o relacionamento do líder e sua equipe com os demais X Por que você considera a liderança importante para a empresa.**

Por que você considera a liderança importante para a empresa	Como é o relacionamento do líder e sua equipe com os demais									
	Companheirismo		União		Cooperação		Outros		Não optou	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>										
Aumenta os clientes	-	-	3	20	1	6,66	-	-	-	-
Aumenta a produção	1	6,66	-	-	1	6,66	-	-	-	-
Cresce os lucros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Melhora a qualidade	2	13,33	2	13,33	4	26,66	2	13,33	-	-
Forma equipes	1	6,66	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>					<b>100%</b>				
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>										
Aumenta os clientes	1	45,45	-	-	1	45,45	-	-	1	45,45
Aumenta a produção	2	9,09	1	45,45	6	27,27	1	45,45	-	-
Cresce os lucros	-	-	-	-	1	45,45	-	-	1	45,45
Melhora a qualidade	5	22,72	-	-	1	45,45	2	9,09	-	-
Forma equipes	2	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	1	45,45	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>					<b>100%</b>				
<b>MULTIMÓVIES</b>										
Aumenta os clientes	2	11,76	1	5,88	-	-	-	-	-	-
Aumenta a produção	4	23,52	5	29,41	2	11,76	-	-	-	-
Cresce os lucros	1	5,88	-	-	-	-	-	-	-	-
Melhora a qualidade	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Forma equipes	1	5,88	1	5,88	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>					<b>100%</b>				

Esta análise do relacionamento do líder e sua equipe com os demais com relação a importância da liderança para a empresa nos informará o nível de entrosamento nas organizações entre os grupos e os líderes e qual é a visão que os funcionários têm sobre quem os dirige definindo o tipo de liderança existente na empresa.

Realizamos esta pesquisa para que através dos dados coletados possamos averiguar as necessidades reais dentro do ambiente organizacional e enfoca claramente a real importância de sua equipe para um controle administrativo para seguro levando obviamente as empresas para o sucesso.

Uma organização capaz de fornecer-nos uma liderança precisa para as tomadas de decisões é hoje fundamental no mercado organizacional, as empresas ao longo do tempo perderam tempo e dinheiro na utilização de outras formas de liderar os empregados, hoje pela necessidade do mercado vem mudando e os empresários estão cada vez mais conscientes que é preciso utilizar um controle de liderança de qualidade para um melhor gerenciamento de seus empregados.

“No local de trabalho, as equipes representam os melhores veículos para que o conhecimento seja desenvolvido em idéias criativas que são postas em ação. A imagem popular do gênio solitário pode ser mais mito do que fato, porque o conhecimento cresce melhor onde ele pode ser apoiado e compartilhado.” (Wilson, 1997. p.18)

A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 146,65% (n=15) dos funcionários afirmam que o relacionamento do líder e sua equipe se realiza com o companheirismo, o mesmo acontece com a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** em 131,80% (n=22) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 47,04% (n=17) dos entrevistados falaram a mesma coisa.

Com relação à segunda variável na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 33,33% (n=15) dos entrevistados atestaram que o relacionamento do líder e sua equipe de empregados é a razão principal para ativar a união entre todos, o mesmo mostra a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 45,45% (n=22) e a

**MULTIMÓVIES** com 41,17% (n=17) coincidem ainda a cooperação do líder e sua equipe. Na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 159,98% (n=15) e a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 163,62% (n=22) divergindo da **MULTIMÓVEIS** com 11,76% (n=17) não acha que a cooperação é importante no relacionamento do líder com sua equipe de trabalho. Já na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 86,66% (n=15) comprovaram que aumenta os clientes em consideração a liderança empregada na empresa e logo 33,33% (n=15) aumenta a produção através da liderança da empresa, a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL** esta com o mesmo pensamento em relação a 136,35% (n=22) de acréscimo de produtividade para organização e 17,64% (n=17) da **MULTIMÓVEIS** com 88,21% (n=17) pensam a mesma coisa que é importante o administrador saber liderar seus empregados.

Contudo entrevistando os funcionários e perguntando, qual a sua visão em relação a seu administrador na liderança da empresa?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“[...] O líder é um grande empreendedor [...] corajoso e não tem medo de arriscar [...] e tem bom entendimento com seus funcionários e aberto a opiniões [...].”

Já o funcionário 1 da empresa **Multimóveis** concorda quando diz:

“[...] minha visão em relação ao [...] administrador [...] é uma visão boa por que o administrador sempre tenta está em contato com agente [...].”

Sendo que o funcionário 2 da empresa **Multimóveis** possui a mesma opinião quando diz:

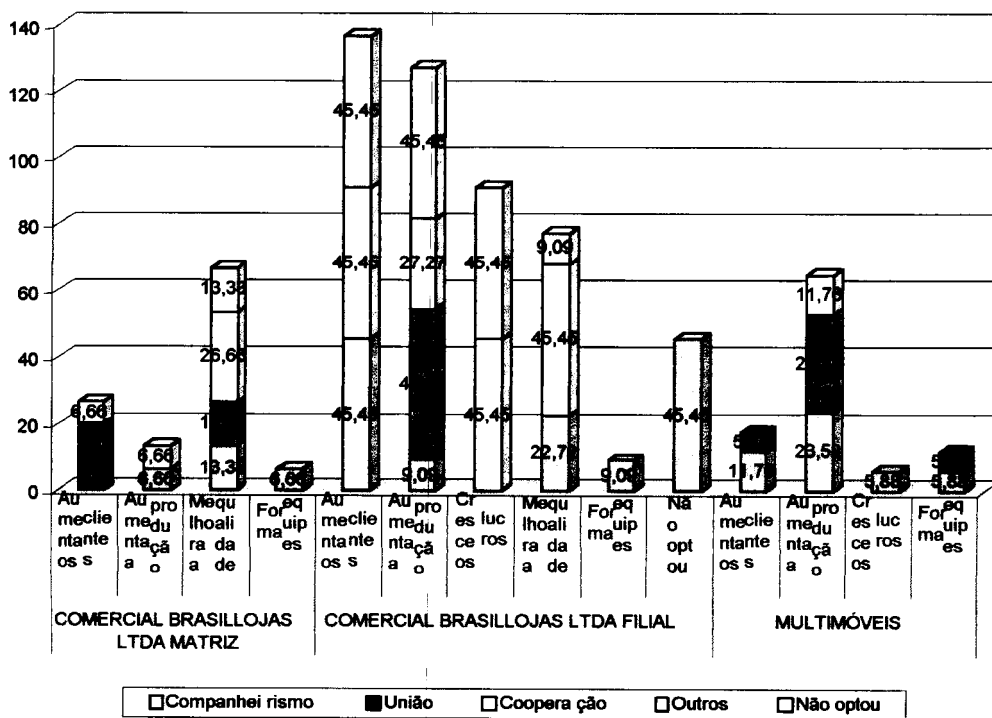
“[...] ele tem uma boa liderança até mesmo porque [...] o mercado de trabalho se torna muito competitivo e [...] bem informado.”

Concluimos que para o aumento dos relacionamentos é necessário de técnicas para uma liderança organizacional da empresa, pois torna-se uma ferramenta importante e representativa do líder. Contudo os funcionários das empresas, entrevistados responderam que para seu líder ter características e eficaz e eficiente precisa relacionar-se mais com os funcionários, a fim de resolver e solucionar os problemas que vão surgindo. Para ser um bom



profissional deve estar bem informado e utilizar estratégias para vencer o mercado de trabalho que é muito competitivo. Diante desses dados podemos afirmar a existência de uma interação entre a parte administrativa e a operacional, e quando essa interação é concreta, teremos um relacionamento que proporcionará de imediato uma satisfação ao funcionário dentro de sua atividade, o que terá reflexo positivo na sua produção individual e conseqüentemente no desempenho da organização dentro do mercado em que ele atua. Com a entrevista, podemos concluir que nas três empresas temos posições semelhantes sobre o relacionamento, onde todos descrevem de forma positiva suas relações com seus colegas de trabalho.

**Gráfico 4.1.1: Análise de Como é o relacionamento do líder e sua equipe com os demais**  
**X Por que você considera a liderança importante para a empresa.**



A partir do cruzamento entre a empresa ter espírito de liderança com empregados e as soluções para o bom desempenho do seu líder na empresa. A empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** tem aqueles funcionários que responderam afirmativamente 86,65% (n=15) sobre o temperamento de dirigir a organização, 33,33% (n=5)

acredita que os cursos são as soluções para o bom desempenho do líder, o mesmo percentual faz orientações claras para os empregados, 13,33% (n=2) responderam que a divisão de tarefas é indispensável para desempenhar os problemas na empresa, 6,66% (n=1) comentaram que as dinâmicas no trabalho é muito produtivo para os funcionários, 13,32% (n=15) avaliaram a liderança de espírito com os empregados existe às vezes, 6,66% (n=1) valoriza as divisões de tarefas como desfecho do desempenho da liderança, o mesmo percentual solucionam o desempenho da empresa com orientações claras para seus empregados.

De acordo com os dados coletados na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 72,71% (n=22) afirmaram a espiritualidade de dirigir os empregados, 22,72% (n=5) analisaram que através dos cursos os empregados ficam capacitados para solucionar em bom desempenho do seu líder, 27,27% (n=6) acham-se que a distribuição de atividades é melhor para a empresa, 9,09% (n=2) falam da dinâmica como fator principal para o empregado e líder e o mesmo percentual que a avaliação é de suma importância para o desenvolvimento de ambas as partes, 4,54% (n=1) opinaram por explicações limpas já 9,08% (n=22) disseram não para o espírito de liderança entre os empregados 4,54% (n=1) falaram que os cursos são as soluções dos líderes e o mesmo percentual mostrara que é necessário os orientações claras para alcançar seus objetivos, onde 36,34% (n=22) mencionam que às vezes o líder desempenha uma boa liderança na empresa 18,18% (n=4) preferem curso de capacitação, 4,54% (n=1) admitiram que as distribuições de atividades, dinâmicas e orientações claras e as avaliações é de suma importância para um bom desempenho do líder na empresa, 4,54% (n=1) opinaram por nunca ter tido espírito de liderança com os empregados e o mesmo percentual analisam os cursos como recurso primordial de profissionais.

Na empresa **MULTIMÓVEIS** 82,33% (n=17) baseia-se que os funcionários responderam sim sobre o espírito de liderança, 47,05% (n=8) acreditam que os cursos é o melhor treinamento 11,76% (n=2) preferem as divisões de atividades nos setores e os mesmos

percentuais usaram para orientações claras e avaliações para os empregados desempenhar a liderança de seu líder na empresa, 17,64% (n=17) os funcionários afirmam que às vezes a empresa tem espírito de liderança com seus empregados, 5,88% (n=1) falaram na capacitação através de cursos e os mesmos percentuais comentam sobre a separação de atividades e explicações claras para os empregados e os restantes não opinaram.

**Tabela 4.1.2: Análise de A empresa tem espírito de liderança com empregados X Quais as soluções para o bom desempenho do seu líder na empresa.**

Quais as soluções para o bom desempenho do seu líder na empresa	A empresa tem espírito de liderança com empregados									
	Sim		Não		Às vezes		Nunca		Não optou	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>										
Cursos	5	33,33	-	-	-	-	-	-	-	-
Divisão de tarefas	2	13,33	-	-	1	6,66	-	-	-	-
Dinâmicas	1	6,66	-	-	-	-	-	-	-	-
Orientações claras	5	33,33	1	6,66	1	6,66	-	-	-	-
Avaliação	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>					<b>100%</b>				
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>										
Cursos	5	22,72	1	4,54	4	18,18	-	-	1	4,54
Divisão de tarefas	6	27,27	-	-	1	4,54	-	-	-	-
Dinâmicas	2	9,09	-	-	1	4,54	-	-	-	-
Orientações claras	1	4,54	1	4,54	1	4,54	-	-	-	-
Avaliação	2	9,09	-	-	1	4,54	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>					<b>100%</b>				
<b>MULTIMÓVEIS</b>										
Cursos	8	47,05	-	-	1	5,88	-	-	-	-
Divisão de tarefas	2	11,76	-	-	1	5,88	-	-	-	-
Dinâmicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Orientações claras	2	11,76	-	-	1	5,88	-	-	-	-
Avaliação	2	11,76	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>					<b>100%</b>				

Esta análise de como a empresa lidera os empregados e quais são as soluções para o desempenho do líder. Dará um diagnóstico das necessidades de melhorias que deverão ser feitas com relação aos tipos de lideranças estabelecidas.

Fizemos esta pesquisa para que através dos dados adquiridos possamos ter uma avaliação das reais necessidades da organização mostrando novas técnicas de espírito de liderança com os empregados para um controle administrativo mais eficaz levando em consideração a necessidade da capacitação dos líderes para dar soluções em um bom

desempenho profissional.

Com líderes qualificados para organização de uma empresa proporcionaremos a seus funcionários e clientes um melhor atendimento, pois terão um acesso rápido de progresso levando a empresa ao aumento de clientela fiel.

“Liderança é uma função das necessidades existentes numa determinada situação e consiste numa relação entre um indivíduo e um grupo.” (Chiavenato, 1986, pág. 89).

A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 86,65% (n=15) dos funcionários afirmam que a empresa tem espírito de liderança com os empregados, considerando o mesmo a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 72,71% (n=22) e a **MULTIMÓVEIS** com 82,33% (n=17) um outro grupo responderam que as vezes os líderes têm espírito de liderança a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 13,32% (n=15) a **COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL** com 36,34% (n=22) e a **MULTIMÓVEIS** com 17,64% (n=17).

Com relação a segunda variável na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 33,33% (n=5) preencheram adequadamente que as soluções para o bom desempenho do seu líder na empresa se faz através de cursos, 49,98% (n=5) na **COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL** e 52,93% (n=8) na **MULTIMÓVEIS** um outro grupo acredita nas divisões de tarefas 19,99% (n=2) na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 31,81% (n=6) na **COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL** e 17,64% na empresa **MULTIMÓVEIS**.

Dos funcionários entrevistados perguntamos, se fosse o administrador da sua atual empresa o que faria para melhorar o fluxo de vendas? Qual a sua visão em relação a seu administrador na liderança da empresa?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“qualificação [...] do [...] funcionário para [...] um melhor atendimento [...].”

Diferenciando do funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

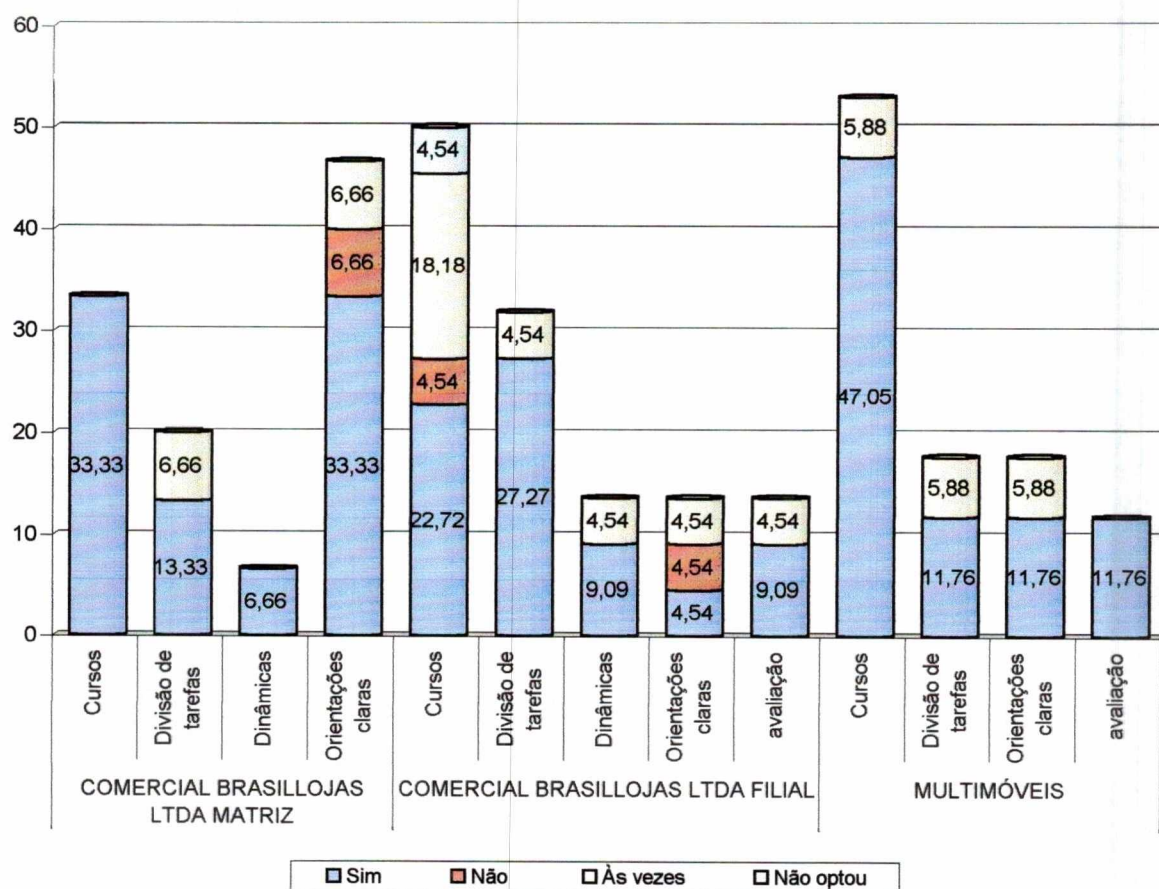
“[...] trabalhando com técnicas avançadas [...] máquinas modernas, na capacitação de funcionários para que os nossos produtos saiam cada vez melhores [...]”

Diverge o funcionário 3 da empresa **Multimóveis** diz:

“Melhorava em termo de cursos para funcionários [...] de vendas [...] e palestras.”

Concluimos que para os líderes desempenhar na empresa é preciso que tenha pessoal qualificado para a operacionalização de novas soluções dentro do âmbito empresarial os líderes tendem a se sentir mais seguros com a equipe de modo que estimule seu funcionário assegurando um trabalho melhor. Contudo os funcionários relataram que a classificação do quadro de pessoal é de fundamental importância para que haja um rendimento satisfatório dos clientes, utilizando técnicas, avançadas e investindo nos funcionários para que resulte no profissionalismo diferenciado.

**Gráfico 4.1.2: Análise de A empresa tem espírito de liderança com empregados X Quais as soluções para o bom desempenho do seu líder na empresa.**



Com a entrevista realizada na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 73,33 (n=15) dos funcionários responderam afirmativamente que seu líder interage com a equipe para que tenha um trabalho de boa qualidade, pois sabemos que liderança inclui também a responsabilidade pela motivação do pessoal, com 73,33% (n=11) acredita que o líder conversa com os mesmos quando a equipe não alcança as metas desejadas 33,32 % (n=15) comentaram que às vezes o seu líder tenha integração com a equipe 20% (n=3) conversa com os mesmos quando não alcança seus objetivos 6,66% (n=1) mencionaram que o líder assume as responsabilidades quando o grupo não alcança as metas, o mesmo percentual, os funcionários disseram que o líder culpa a todos quando o grupo não alcança as metas.

Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL**, 59,08% (n=22) afirmaram que há uma interação do líder com os grupos, por que nada acontece até que as pessoas que as constituem sejam estimuladas ao desempenhos dos colaboradores, destes 54,54% (n=12) explicaram que o diálogo é o fator principal entre o líder e sua equipe quando alcança as metas desejadas, 4,54% (n=15) verificaram-se que às vezes seu chefe interage com o grupo 31,81% (n=7) assume que a conversa e a melhor maneira que o líder possui quando a equipe não alcança, 4,54% (n=1) falaram que o chefe quando não consegue as sua metas assume a responsabilidade para que seus empregados sintam sua integração com eles.

Já na empresa **MULTIMÓVEIS**, 70,58% (n=17) informaram afirmativamente que o líder interage com a equipe 64,70% (n=11) mencionaram que o diálogo é um fator importante par que o líder quando a equipe não alcance as metas, a comunicação entre as pessoas no ambiente de trabalho é fundamental para o desenvolvimento da empresa, 5,88% (n=1) indicam que o chefe não discute o problema quando a equipe não alcança as metas, 39,41% (n=17) falaram que seu líder às vezes interage com o grupo, o mesmo percentual comenta que o líder conversa com os mesmos quando eles não alcançam os objetivos.

**Tabela 4.1.3: Análise de Seu líder interage com a equipe X O que faz o seu líder quando a equipe não alcança as metas.**

O que faz o seu líder quando a equipe não alcança as metas.	Seu líder interage com a equipe									
	Sim		Não		Às vezes		Nunca		Não optou	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLÓJAS LTDA MATRIZ</b>										
Conver. Com a mesma	11	73,33	-	-	3	20	-	-	-	-
Assume a responsab.	-	-	-	-	1	6,66	-	-	-	-
Não discute o assunto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Culpa todos	-	-	-	-	1	6,66	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>					<b>100%</b>				
<b>COMERCIAL BRASILLÓJAS LTDA FILIAL</b>										
Conver. Com a mesma	12	54,54	-	-	7	31,81	-	-	-	-
Assume a responsab.	1	4,54	-	-	1	4,54	-	-	-	-
Não discute o assunto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Culpa todos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>					<b>100%</b>				
<b>MULTIMÓVEIS</b>										
Conver. Com a mesma	11	64,70	-	-	5	29,41	-	-	-	-
Assume a responsab.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não discute o assunto	1	5,88	-	-	-	-	-	-	-	-
Culpa todos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>					<b>100%</b>				

Esta análise de como o líder atua quando a equipe não alcança suas metas. Com a interação dele com a equipe dará subsídios para o mesmo buscar o seu alcance de maneira eficiente e eficaz atendendo as expectativas de todos os envolvidos dentro e fora da organização com relação ao tipo de liderança existente na empresa.

Através dos dados coletados com esta pesquisa poderemos ter uma avaliação das necessidades reais do líder com integração com a equipe, pois isso proporcionará ao administrador um controle mais eficaz de integração quando o líder não alcança as metas pois a totalização dos dados nos dará subsídios para um planejamento administrativo melhor, levando em consideração que a integração do líder se dá através da automação dos dados é peça fundamental para o desenvolvimento da empresa.

“A liderança eficaz envolve saber como gerenciar o desempenho individual e da equipe. Numa base regular, os líderes precisam trabalhar com os membros de equipe para estabelecer metas e limites de desempenho, e oferecer em feedback equilibrado.” (Jeane M. Wilson. 1957.p 18)

A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTADA MATRIZ** 73,33% (n=15) dos funcionários afirmaram que na empresa o líder tem integração com a equipe para um desempenho melhor, coincide com a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTADA FILIAL** com 59,08% (n=22) acredita que essa integração é uma qualidade que o líder deva possuir, 70,58% (n=7) comenta que o líder é o essencial responsável pelo progresso de integração da equipe, assim também a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTADA MATRIZ** com 33,32% (n=15) julga que às vezes o líder interage com a equipe por falta de tempo o mesmo percentual 36, 35% (n=22) informa que o administrador no decorrer de suas atividades não alcança com eficiência essa interação e a **MULTIMÓVEIS** com 29,41% (n=17) acham que às vezes o líder não faz questão da integração, avaliando a segunda variável, nas três empresas acima citadas um com 93,33% (n=11), a outra com 86,35% (n=12) e a **MULTIMÓVEIS** com 94,11% (n=11) analisaram que o diálogo é o fator principal, para solucionar os problemas quando não alcançam seus objetivos.

Aos funcionários entrevistados perguntamos, o líder sempre busca com eficiência meios para alcançar as metas com segurança? Justifique.

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“[...] capacidade de lidar com os objetivos da empresa de forma responsável e [...] e participativo [...].”

Diferenciando do funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] sempre procura [...] os meios para alcançar essas metas da empresa [...].”

Assemelha o funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

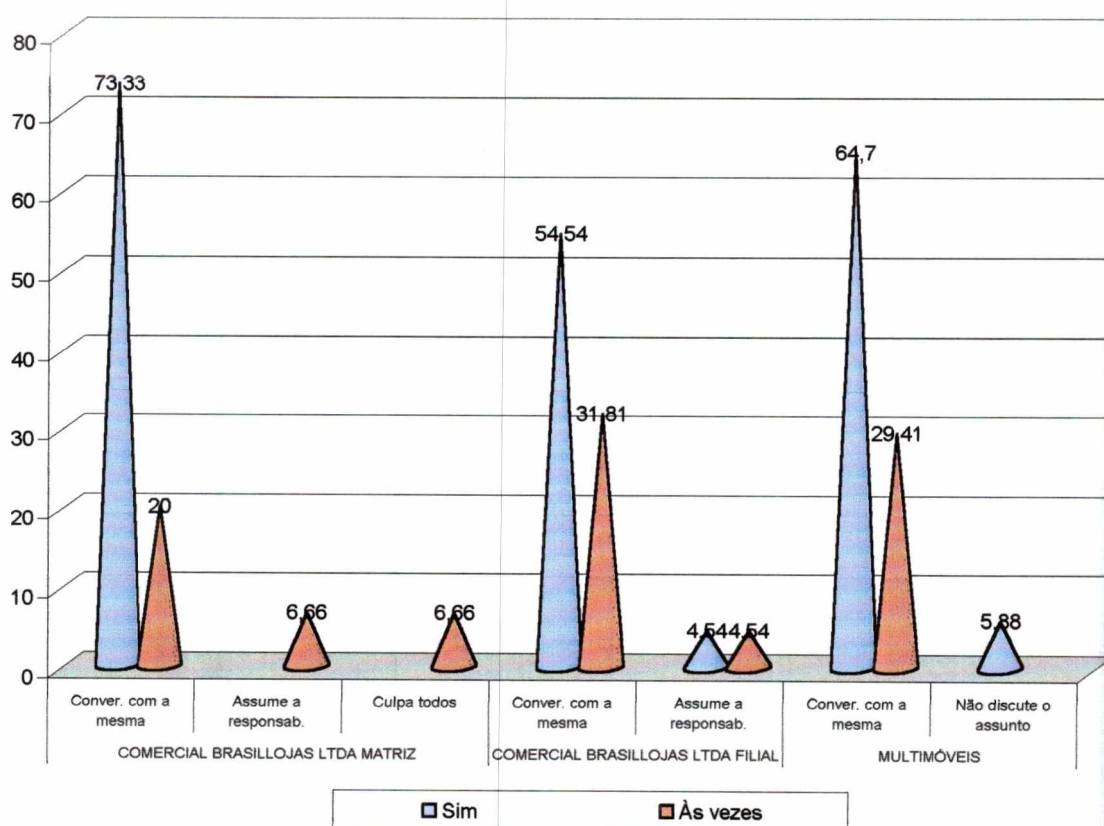
“[...] procura melhorar as metas de produtividade [...].”

Para que cada empresa se torne mais lucrativa é necessário que tenha um dialogo



entre ambas as partes para que possam alcançar suas metas, na busca da qualidade e produtividade no mais competitivo, tornando cada vez mais a integração de todos que compõem a organização com eficiência e eficácia. Contudo os funcionários entrevistados esclareçam que o administrador busca soluções para que seus objetivos sejam atingidos com responsabilidade estabelecidas pela organização a fim de aumentar a produtividade e satisfazer os clientes de forma eficiente.

**Gráfico 4.1.3: Análise de Seu líder interage com a equipe X O que faz o seu líder quando a equipe não alcança as metas.**



Com base na pesquisa realizada na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ**, entre o que levou o cliente a escolher este estabelecimento para as compras e a avaliação da qualidade dos produtos para obtenção de uma produtividade, 42% (n=100) responderam ótima, que os produtos tem durabilidade, deste 7% (n=7) citaram o atendimento diferenciado oferecido pela empresa, 16% (n=16) disseram que escolheram o estabelecimento

pela qualidade dos produtos, 11% (n=11) falaram que a escolha foi pelo preço promocional da organização, 6% (n=6) avaliaram os bons serviços dos funcionários, já 79% (n=100) identificaram a qualidade dos produtos boa, 5% (n=5) mostraram que seria pela indicação de terceiros que compra nesse estabelecimento, 2% (n=2) revelaram que é pelo atendimento de qualidade que a empresa oferece, 36% (n=36) analisam os produtos através de sua qualidade, 25% (n=25) revelaram que compram pelos meios competitivos, 9% (n=9) falam dos serviços oferecidos com eficiência.

A partir do cruzamento com a empresa avalia a qualidade dos produtos e o que levou a escolher este estabelecimento para as compras. Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL**, 34% (n=22) baseia-se que é ótima a avaliação de qualidade dos produtos, consumidos onde 5% (n=5) afirma que o atendimento diferenciado é motivo de orgulho e confiança, 20% (n=20) acham que a qualidade dos produtos faz você aceita-lo mais rapidamente, 40% (n=4) declararam que bons serviços tem mais vantagem ao cliente escolher a empresa para comprar, sendo que na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL**, 64% (n=22) direcionaram que a qualidade do produto é boa, 7% (n=7) conheceram a empresa para fazer as compras por indicações de terceiros que já tinham utilizados os produtos, 4% (n=4) atestaram que é melhor ter um atendimento diferenciado para envolver os clientes, 27% (n=27) explicaram a qualidade da mercadoria é um alvo em constante movimentação, 12% (n=12) informaram que o preço faz com os clientes procurem a empresa, 11% (n=11) avaliaram a empresa pelos bons serviços, são capazes de realizar os negócios.

Já na empresa **MULTIMÓVEIS** 53% (n=17) relacionaram que é ótima a qualidade dos produtos, onde 3% (n=3) optaram por indicações de terceiros por já ter conhecimento do produto, 6% (n=6) avaliaram que o atendimento deve ser diferenciado para o melhor crescimento da empresa, 25% (n=25) atestaram pela qualidade dos produtos por

possuírem marca de excelência, 7% (n=7) falaram que o preço é essencial para adquirir clientela, 12% (n=12) responderam que os serviços bons são a marca da empresa, sendo que na mesma organização, 86% (n=17) Analisaram como é boa a qualidade da mercadoria, onde 3% (n=3) revelam que foram indicados por terceiros por estarem satisfeitos com os produtos, 7% (n=7) despertaram pelo atendimento diferenciado elimina a concorrência, 36% (n=36) comentaram que a qualidade do produto que atende qualquer necessidade de forma especial, 25% (n=25) levaram em consideração o preço avaliando também a qualidade, 13% (n=13) mostraram que os bons serviços são o ponto essencial da empresa.

**Tabela 4.1.4: Análise de Como você avalia a qualidade dos produtos X O que levou você a escolher este estabelecimento para as compras.**

O que levou você a escolher este estabelec. p/ as compras	Como você avalia a qualidade dos produtos					
	Ótimo		Boa		Regular	
	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>						
Indicações de 3ºs	1	1	5	5	1	1
Atend. Diferenciado	7	7	2	2	-	-
Quald. dos prod.	16	16	36	36	4	4
Preço	11	11	25	25	-	-
Bons serviços	6	6	9	9	-	-
Outros	1	1	2	2	1	1
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>						
Indicações de 3ºs	1	1	7	7	3	3
Atend. Diferenciado	5	5	4	4	-	-
Quald. dos prod.	20	20	27	27	3	3
Preço	5	5	12	12	6	6
Bons serviços	4	4	11	11	-	-
Outros	-	-	3	3	1	1
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		
<b>MULTIMÓVEIS</b>						
Indicações de 3ºs	3	3	3	3	-	-
Atend. Diferenciado	6	6	7	7	1	1
Quald. dos prod.	25	25	36	36	-	-
Preço	7	7	25	25	-	-
Bons serviços	12	12	13	13	-	-
Outros	-	-	2	2	1	1
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		

Esta análise o que levou o cliente a escolher este estabelecimento para as compras e como o mesmo avalia a qualidade dos produtos nos informará das necessidades o grau de satisfação do cliente com relação ao tipo de liderança estabelecida nas empresas visando a fidelização do cliente.

Fizemos esta pesquisa para que através desses dados possamos avaliar as reais deficiências das empresas em relação a qualidade dos produtos e por que os clientes escolheram este estabelecimento para as compras.

Com a qualificação dos produtos e o conhecimento da clientela as empresas proporcionam a seus clientes um melhor atendimento, leva as empresas ao aumento dos lucros. “A medida que o mercado exige padrões de atendimento cada vez mais elevados, as exigências em termo de qualidade evoluem aceleradamente.” (Marcos, 1991, pág.65)

A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ**, 42% (n=100) dos clientes acham que é ótima a qualidade dos produtos. Tiveram coincidência na mesma alternativa com 34% (n=100) a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** e com 53% (n=100) a empresa **MULTIMÓVEIS** para um crescimento na lucratividade.

O percentual de 79% (n=100) na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** os clientes informaram que os produtos são de boa qualidade, onde tem coincidência nas duas outras empresas, na **COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL** com 64% (n=100) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 86% (n=100) responderam que uma empresa com produtos com valorização boa é uma empresa de sucesso.

Com relação a segunda variável na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 56%(n=16) dos clientes afirmaram que escolheram essa empresa para as compras por ter uma qualidade de produtos no mercado regional, tiveram coincidência nas duas empresas também a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 50% (n=20)

e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 61% (n=25).

Na mesma variável a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** os clientes informaram que o preço é uma das conquistas para a empresa adquirir uma boa clientela. Teve coincidência as duas outras empresas com a mesma alternativa, sendo que a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 23% (n=17) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 32% (n=7).

Entretanto na entrevista aos funcionários perguntamos, o ambiente de trabalho lhe dá o grau de satisfação com subsídios para fazer boas vendas? Justifique:

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“[...] o ambiente de trabalho [...] é bastante saudável [...] com certeza com essa união e satisfação teremos bons resultados, bons progressos [...].”

Diferenciando do funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

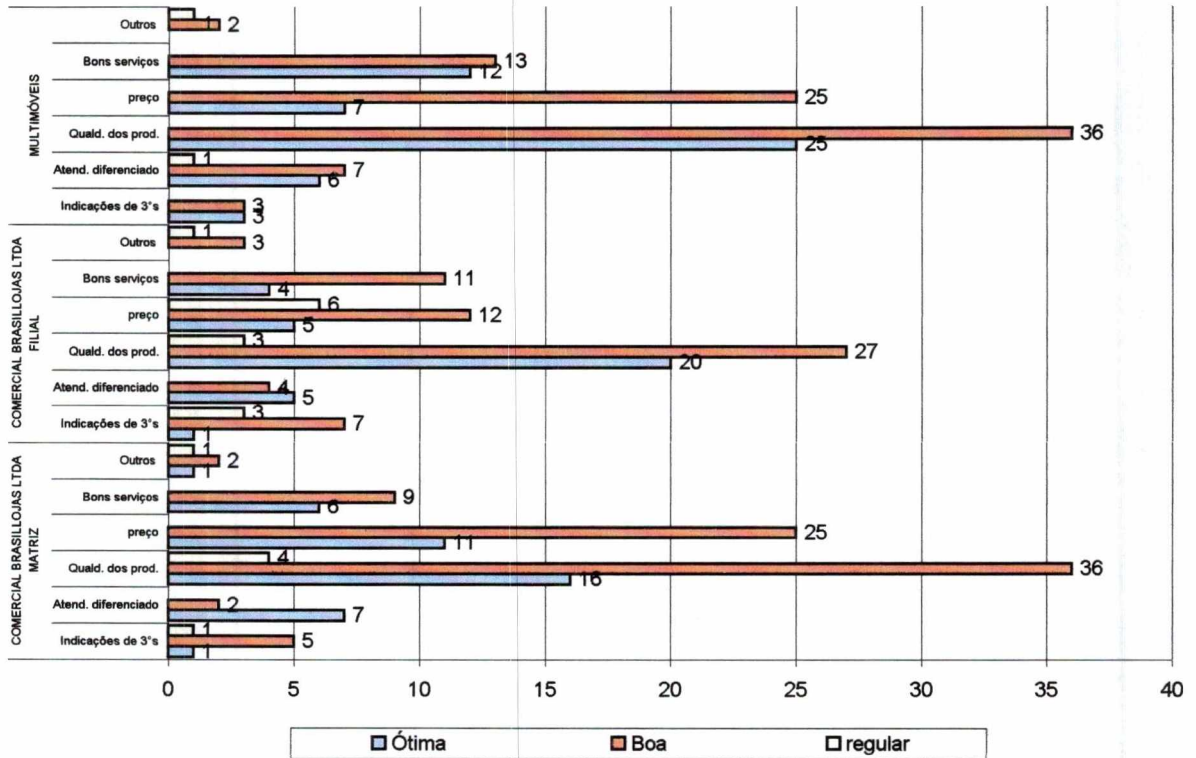
“[...] O ambiente de trabalho dá sim, esse grau de satisfação [...].”

Diverge o funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] quando meu administrador me coloca no comércio a participar de algumas palestras, feiras [...] está melhorando meu conhecimento [...] para fazer boas vendas.”

Concluimos que os clientes no mundo de hoje estão mais exigentes na qualidade que se refere a preço, produto e aos poucos eles vão adquirindo cada produto, um por um, dependendo de sua necessidade, sempre obtendo aquele que tem boa qualidade com menor preço atingindo os resultados desejados com satisfação tornando um cliente fiel da empresa. Portanto o ambiente organizacional e de suma importância para que os clientes se sintam seguros, mais para que tenha aumento das vendas é preciso cursos palestras, capacitações, união, dos grupos para o melhor rendimento, tanto interno como externo da empresa. Um produto é tudo aquilo capaz de satisfazer a um desejo, qualquer coisa capaz de prestar um serviço, isto é, de satisfazer a uma necessidade, pode ser chamada de produto. Isto inclui pessoas, lugares, organizações e idéias.

**Gráfico 4.1.4: Análise de Como você avalia a qualidade dos produtos X O que levou você a escolher este estabelecimento para as compras.**



Com base na pesquisa de quanto tempo um cliente leva para ser atendido e a opinião sobre a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ**, foi diagnosticado que 35% (n=100) responderam excelente, destes 25% (n=25) disseram que já esperam para serem atendidos até dez minutos, 10% (n=10) comentaram até trinta minutos, já 48% (n=100) acham que a empresa é competitiva no mercado, 20% (n=20) falaram que já esperaram até dez minutos enquanto que 10% (n=10) apontaram até trinta minutos e 17% (n=100) optaram por iguais as demais, a opinião não diferenciada, 12% (n=12) mostraram até trinta minutos, o tempo que o funcionário levou para atendê-lo.

Já na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 34% (n=22) opinaram que é excelente a opinião da empresa para os clientes, onde 31% (n=31) afirmaram que até dez minutos foi o tempo esperado para ser atendido, enquanto que 34% (n=22) falaram que é competitiva no mercado, onde 18% (n=4) atestam que já esperaram dez minutos

no atendimento, 17% (n=17) avaliaram que esperam até trinta minutos para ser atendido por falta de organização, 2% (n=3) mostraram que já foi atendido até uma hora, 1% (n=1) esclareceram que já esperaram mais de uma hora na empresa, explicaram que 28% (n=22) responderam que são iguais as demais empresas no atendimento, onde 18% (n=18) verificam que já foram atendidos até dez minutos por ter muitos clientes na repartição.

A partir do cruzamento sua opinião sobre a empresa e quanto tempo espera para ser atendido, na empresa **MULTIMÓVEIS** 32% (n=17) confirmaram que é excelente a qualidade do atendimento, onde 30% (n=30) analisam que a espera é de dez minutos, mas o administrador lhe dá atenção, 2% (n=2) desperta pelo valor de trinta minutos, o percentual de 54% (n=17) acha que a competição é muito grande, onde 41% (n=41) só é atendida com dez minutos e 13% (n=13) responderam que não passa de trinta minutos, enquanto que 13% (n=17) é igual as demais no atendimento, 11% (n=11) comentam que dez minutos é bom e 2% (n=2) diz que o atendimento de trinta minutos é excelente para o cliente ser atendido.

**Tabela 4.1.5: Análise de Qual a sua opinião sobre a empresa X Quanto tempo você já esperou para ser atendido.**

Quanto tempo você já esperou para ser atendido	Qual a sua opinião sobre a empresa					
	Excelente		Competitivo		Iguais as demais	
	C	%	C	%	C	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>						
Até 10 minutos	25	25	20	20	3	3
Até 30 minutos	10	10	12	12	12	12
1 hora	-	-	15	15	2	2
Mais de uma hora	-	-	1	1	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>						
Até 10 minutos	31	31	18	18	18	18
Até 30 minutos	1	1	17	17	9	9
1 hora	2	2	3	3	1	1
Mais de uma hora	-	-	1	1	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		
<b>MULTIMÓVEIS</b>						
Até 10 minutos	30	30	41	41	11	11
Até 30 minutos	2	2	13	13	2	2
1 hora	-	-	1	1	-	-
Mais de uma hora	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		

Esta análise da opinião do cliente sobre a empresa e quanto tempo o mesmo já esperou para ser atendido nos dará subsídios para saber a qualidade do atendimento utilizado de forma eficaz, através do tipo de liderança estabelecido nas empresas, visando fidelização do cliente.

Fizemos esta pesquisa com o intuito de coletar informações para que possamos ter uma avaliação da necessidade do cliente com o tempo que possa esperar para ser atendido e sua opinião sobre a empresa pesquisada para ser melhorada.

Com os dados informatizados a empresa tem condições de oferecer aos clientes um atendimento personalizado, pois as informações relatadas nas pesquisas sobre o tempo oferecido pelos funcionários seja mais ágil, objetivando a satisfação dos clientes.

“O atendimento, porém, é o corpo do negócio, que pode padecer se os clientes, cada vez mais exigentes, não tiverem suas necessidades atendidas e não forem tratados com dignidade e atenção.” (Marcos, 1991, pág.77)

A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 35% (n=100) dos clientes atestaram que é excelente a empresa e o tempo que é atendida pelos seus funcionários. Tiveram uma coincidência com a mesma alternativa a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 34% (n=100) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 32% (n=100) atestaram a excelência da empresa. O mesmo acontece com a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ**, com 48% (n=100) informaram os clientes que a empresa é competitiva dentro do mercado regional. Tendo coincidência as duas outras empresas, a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 39% (n=100) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 54% (n=100) falando que as empresas são de sucesso na cidade.

Com relação a segunda variável, a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 48% (n=25) dos clientes falaram que estão satisfeitos com o atendimento de dez minutos. Tiveram também coincidência as duas outras empresas do grupo a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 67% (n=31) e a empresa



**MULTIMÓVEIS** com 82% (n=30) em relação ainda a segunda variável os clientes da **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** informaram que trinta minutos é o melhor tempo que o cliente pode esperar e fica satisfeito por ser um tempo adequado a solucionar suas compras. Coincidindo com as outras empresas a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 27% (n=1) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 17% (n=2).

Perguntamos aos funcionários, como a qualidade do atendimento influencia para uma boa venda?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“o cliente bem atendido sente-se a vontade para escolher e com segurança o [...] produto que deseja [...].”

Diferenciando do funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

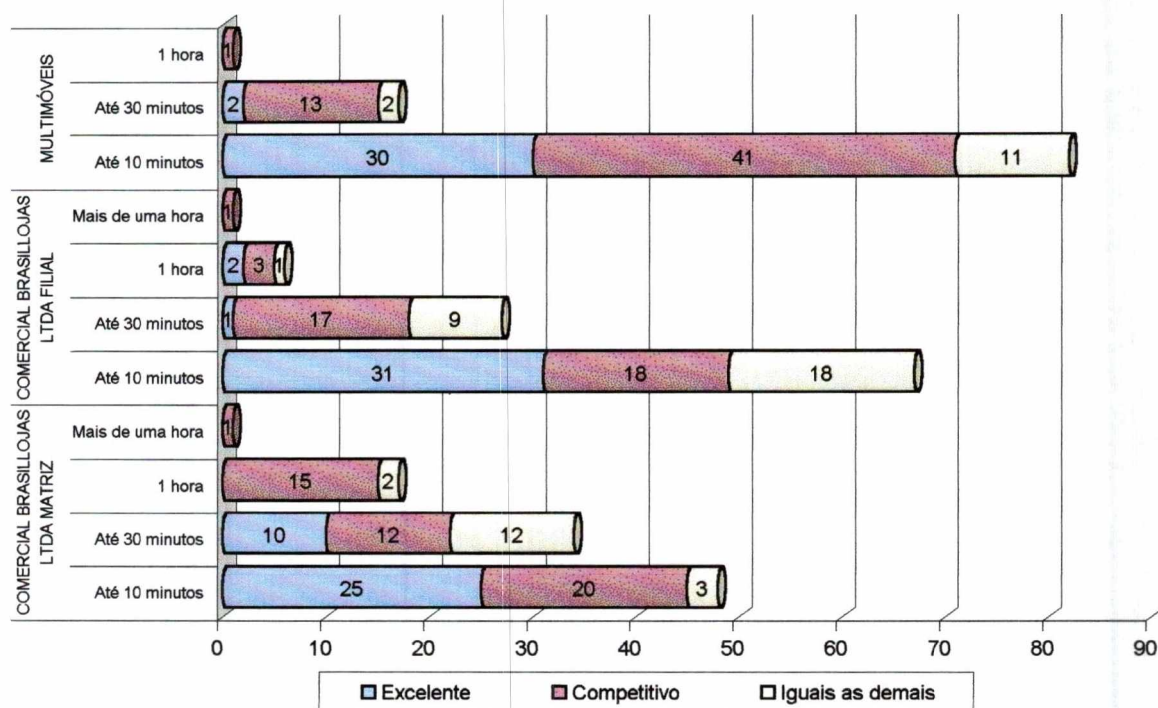
“[...] Em qualquer setor a qualidade do atendimento é fundamental para uma boa venda [...].”

Diverge o funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] Que um cliente [...] bem atendido [...] traz vários outros clientes”

Concluimos que para as empresas manterem o cliente com sua fidelidade é necessário que ele fique satisfeito com a empresa, e tenha um atendimento personalizado procurando incessantemente superar suas expectativas em desejos e necessidades específicas, mostrando ao cliente que você está realmente interessado em atendê-lo e fazê-lo, é motivo de orgulho e confiança para você e toda sua equipe de trabalho. Contudo os funcionários entrevistados asseguraram que o atendimento diferenciado faz com que os clientes tenham maior segurança e a qualidade dos produtos e serviços é fundamental para uma boa venda, sendo que um cliente bem atendido traz vários outros cliente para a empresa. Nenhuma organização poderá sobreviver a longo prazo se não satisfazer as necessidades da sua clientela, elas existem para servir seus consumidores. Portanto, todas as empresas devem servir seus clientes para satisfazer seus anseios.

**Gráfico 4.1.5: Análise de Qual a sua opinião sobre a empresa X Quanto tempo você já esperou para ser atendido**



Com base na pesquisa realizada entre as variáveis quais as sugestões para melhorar o atendimento e o que é essencial para um bom atendimento, na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 1% (n=100) responderam que a percepção é fundamental através de novos investimentos, 54% (n=100) falaram que para uma venda eficaz o conhecimento do produto é essencial, 7% (n=7) disseram que o conhecimento é a prioridade de qualquer negócio, 5% (n=5) acham que a credibilidade é um fator para o programa do atendimento, 23% (n=23) optaram pelos investimentos tecnológicos na empresa, 12% (n=12) utilizam a motivação, pois constitui um importante campo de conhecimento, 7% (n=7) citaram que para um atendimento diferenciado dar-se através da divulgação dos produtos, já 80% (n=100) apontaram a valorização do cliente por ser fiel a empresa, 9% (n=9) esclareceram o conhecimento como sugestão para um bom atendimento, 9% (n=9) opinaram pelo crédito para o crescimento das vendas, 28% (n=28) destacaram as inovações no âmbito organizacional, 14% (n=14) declararam que a motivação no atendimento requer uma boa

liderança, 17% (n=17) divulgar os produtos através de propagandas, tv, rádios e etc.

A empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 33% (n=22) do total dos funcionários afirmaram que o conhecimento do produto é de suma importância para o cliente, onde 5% (n=5) comprovaram ter maior conhecimento na qualidade do atendimento, 8% (n=8) disseram que novos investimentos melhoram a empresa na sua excelência, 4% (n=4) acredita mais na motivação desempenhada pelo administrador, 9% (n=9) analisam melhor a divulgação dos produtos para a clientela. Enquanto que na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 71% (n=22) esclareceram que a valorização do cliente é exatamente aquilo que ele quer, onde 13% (n=13) apontaram em maior credibilidade superando suas expectativas, 25% (n=25) indicaram que os novos investimentos seduz mais a competitividade, 15% (n=15) comentaram pela motivação garante o crescimento e desenvolvimento da empresa, 12% (n=12) opinaram pela melhor divulgação dos produtos nas redes de comunicação.

Já na empresa **MULTIMÓVEIS** 75% (n=17) acreditam no conhecimento do produto para novas conquistas no mercado, onde 5% (n=5) atestaram no maior conhecimento para o melhoramento da empresa, 1% (n=1) indica a maior confiança do produto ao levar, 31% (n=31) opinaram pelos novos investimentos de tecnologia, 9% (n=9) afirmaram que tem que existir mais motivação no atendimento para os clientes, 29% (n=29) avaliaram que a divulgação alcança mais clientela, sendo que 70% (n=17) explicaram que a valorização do cliente é favorável para o crescimento da empresa, 4% (n=4) atestam ter mais conhecimento no aumento do atendimento, 2% (n=2) indicaram que o atendimento tem que ter mais credibilidade para o sucesso da empresa, 24% (n=24) estimularam que deve existir novos investimentos para o melhor atendimento, 8% (n=8) mostraram que os clientes precisam de mais motivação para comprar, 32% (n=32) apontaram que para ter mais lucratividade e melhor divulgação dos produtos.

**Tabela 4.1.6: Análise de O que é essencial para um bom atendimento X Que você poderia sugerir para melhorar o atendimento.**

Que você poderia sugerir p/ melhorar o atendimento	O que é essencial p/ um bom atendimento							
	Percepção		Conhecimento do produto		Valorização do cliente		Delicadeza	
	C	%	C	%	C	%	C	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>								
Maior conhecimento			7	7	9	9	6	6
Maior credibilidade			5	5	9	9	5	5
Novos investimentos	1	1	23	23	28	28	7	7
Mais motivação	-	-	12	12	14	14	4	4
Melhor divulg. dos prod.	-	-	7	7	17	17	7	7
Outros	-	-	-	-	3	3	1	1
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>		<b>100%</b>			
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>								
Maior conhecimento	-	-	5	5	4	4	2	2
Maior credibilidade	2	2	7	7	13	13	4	4
Novos investimentos	1	1	8	8	25	25	5	5
Mais motivação	1	1	4	4	15	15	2	2
Melhor divulg. dos prod.	2	2	9	9	12	12	2	2
Outros	-	-	-	-	2	2	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>		<b>100%</b>			
<b>MULTIMÓVEIS</b>								
Maior conhecimento	-	-	5	5	4	4	-	-
Maior credibilidade	-	-	1	1	2	2	-	-
Novos investimentos	2	2	31	31	24	24	8	8
Mais motivação	1	1	9	9	8	8	-	-
Melhor divulg. dos prod.	3	3	29	29	32	32	8	8
Outros	-	-	-	-	1	1	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>		<b>100%</b>			

Esta análise no seu ponto de vista o essencial para um bom atendimento e como você poderia sugerir para melhorá-la nos dará um diagnóstico de como fazer um trabalho que atinja totalmente o resultado esperado para ambas as partes através do tipo de liderança estabelecida nas empresas usando fidelização dos clientes.

Com o resultado da pesquisa realizada enfocaremos a necessidade da qualidade no atendimento para melhor crescimento de clientes na empresa.

Com o surgimento da globalização o mercado tornou-se mais exigente e as empresas tendem a aderir a essa nova realidade que se encontram, pois a qualidade no atendimento deve ser diferenciado para que as empresas cheguem com maior velocidade em qualidade no atendimento.

“O compromisso com o bom atendimento passa por parâmetros de qualidade que muitas vezes uma organização não dispõe, uma vez que as pessoas dentro dela nem sempre estão dispostas a colaborar com a direção na busca de um atendimento eficaz.” (Marcos, 1991, pág. 24)

A respeito do cruzamento, detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 54% (n=100) dos funcionários acreditam que o conhecimento do produto é essencial para comprá-lo, o mesmo acontece com a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** em 33% (n=100) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 75% (n=100) dos entrevistados acham que o conhecimento do produto é a melhor forma de sucesso da empresa.

Com relação a primeira variável na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 80% (n=100) dos clientes informaram que a empresa os valoriza. Tiveram coincidência também para as alternativas onde os clientes são valorizados, a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 71%(n=100) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 70% (n=100).

Em relação a segunda variável os clientes da **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 59% (n=1) relataram que a empresa teve que fazer novos investimentos tanto na organização como na estrutura, tendo coincidência também nas duas outras empresas, a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 39% (n=1) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 65% (n=55).

Nos entrevistamos os funcionários e perguntamos, Quais os tipos de trabalho que seu líder poderá utilizar para alcançar o resultado esperado?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“Um trabalho participativo e organizado em todos os sentidos desde sua criação [...]”

Diferenciando do funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] O [...] líder [...] deve utilizar um contato maior com seus funcionários [...], conversar mais, ser mais atencioso [...], ouvir opiniões [...], idéias [...] para formar um grupo forte e competitivo [...]”

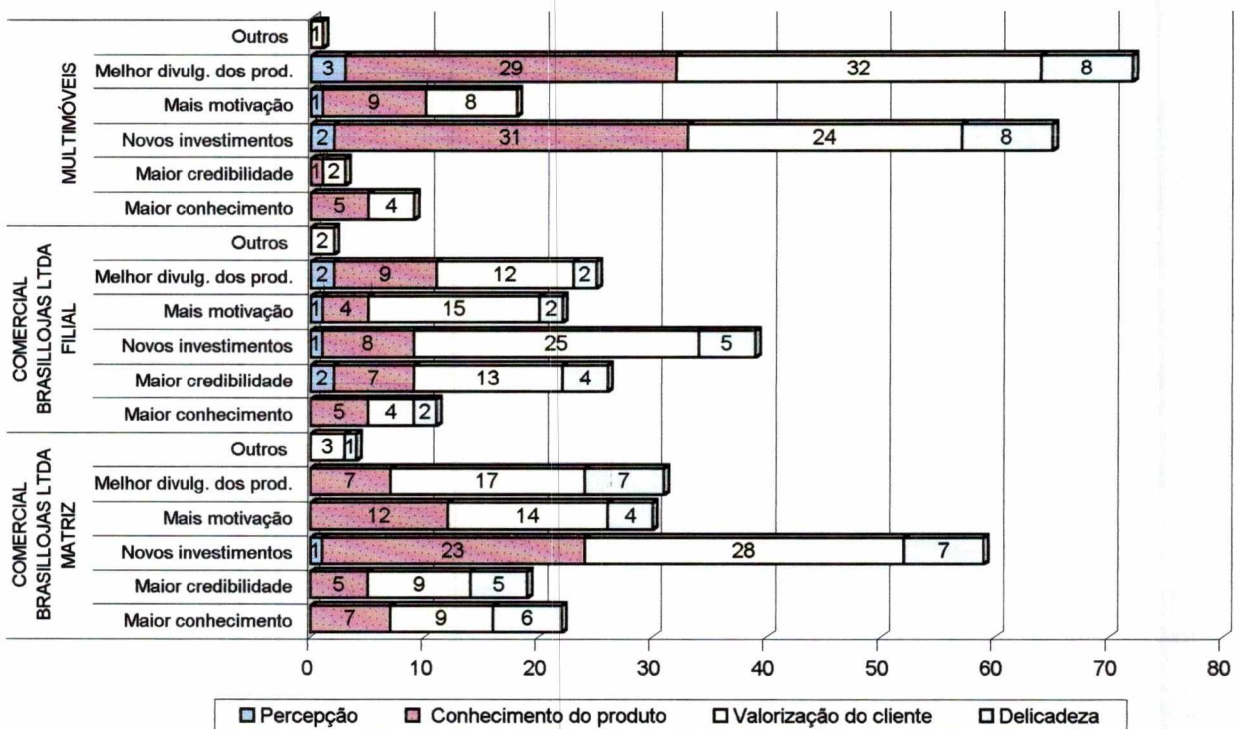
Diverge o funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“Melhorando o conhecimento dos funcionários, e mostrando para eles a realidade do dia a dia.”

Concluimos que para possuir um bom atendimento a empresa deve direcionar para

que o cliente fique satisfeito pela qualidade dos seus produtos, contando em seus quadros com profissionais que saibam mais do que simplesmente vender, utilizando suas habilidades para negociar, preservando a auto-motivação de ambas as partes. Entretanto os funcionários entrevistados mencionam que o líder deve utilizar trabalhos participativos e organizados em todos os sentidos, pois o mesmo deve utilizar o contato maior com seus funcionários, conversar, dar opiniões formando um grupo forte e competitivo e com isso melhorando o conhecimento dos empregados e crescendo no mundo globalizado.

**Gráfico 4.1.6: Análise de O que é essencial para um bom atendimento X Que você poderia sugerir para melhorar o atendimento.**



## 4.2 As técnicas utilizadas pelos administradores na comunicação interna e externa das empresas em estudo.

Com o cruzamento entre de que forma a informação influencia na administração de vendas e como o administrador é fundamental para melhorar as mesmas de sua empresa.

Verificou-se que na **COMERCIAL BRASILLOJAS MATRIZ** do total 59,99% (n=15) acredita que é fundamental para melhorar as vendas de uma empresa a capacitação do administrador, destes 20% (n=3) afirma que a simplificação do trabalho influencia a informação na administração de vendas, o mesmo percentual acredita que a criação de novas formas de gerenciar, dá sugestão na administração para vender 13,33% (n=2) atestaram que melhora o acesso de informação através da influência do administrador nas vendas, 6,66% (n=1) relatou que proporciona a redução de custos pela forma de informação influenciando na administração de vendas para que haja sucesso na empresa, já 106,65% (n=15) abordaram que é fundamental para melhorar as vendas da organização satisfazendo os clientes com suas necessidades, 13,33% (n=2) torna simples o trabalho de forma que a informação está influenciando na organização das vendas para que haja um controle a mesma porcentagem analisa a proporção de redução de custos nas atividades, 33,33% (n=5) mencionaram que a criação de novas formas de gerenciar é a melhor informação influenciada pelo administrador nas vendas para 46,66% (n=7) que disseram que melhora o acesso de informação influenciando a organização de vendas através da qualidade da administração, já 26,64% (n=15) apontaram que o essencial para melhorar as vendas da empresa é melhorar o ambiente para satisfação de todos, entretanto, 6,66% (n=1) opinou pela simplificação do trabalho de forma que a informação influencia a administração para uma qualidade melhor, o mesmo percentual, responderam que a criação de novas formas de gerenciar a qualidade do acesso de informação e redução de custos possui uma informação influenciada na administração das vendas, 73,32% (n=15) indicaram que o investimento é o principal para melhorar as vendas, já 13,33% (n=2) comentaram que a simplificação do trabalho deixa a informação influenciada na organização das vendas, 33,33% (n=5) informaram que criando novas formas de gerenciamento a qualidade do serviço de informação ajudará na administração de venda, 20% (n=3) dizem que através das informações o administrador tem papel decisório nas vendas e

66,66% (n=1) diz que com a acomodação na diminuição dos custos influenciando as formas de gerir.

Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL**, verificou-se que 31,81% (n=22) estão capacitados para as vendas, isto é, 13,63% (n=3) simplificaram o trabalho através do melhoramento tecnológico da empresa, 9,09% (n=3) utilizam várias maneiras de gerenciar capacitando e 9,09% (n=3) proporcionam a redução de custos visando melhorias nas vendas, 72,71% (n=22) asseguram a satisfação do cliente usando uma comunicação interna e externa, destes 13,63% (n=3) diminuindo o trabalho influenciando na produção 31,81% (n=7) geram, foram gerenciamento que influenciam na lucratividade da organização, 27,27% (n=6) apontaram a importância dos sistemas de informações mais seguro, 27,27% (n=22) responderam que o investimento é fundamental para o sucesso das vendas, 9,09% (n=2) mencionaram o trabalho torna-se simples com a tecnologia avançada o percentual restante, 9,09% (n=2) acredita-se nas formas de gerenciar conseqüentemente na redução de custos, com base nas informações e 13,63% (n=22) responderam outros, sendo 9,09% (n=2) no trabalho simplificando e 9,09% (n=1) diz que melhora o acesso de informação.

Na **MULTIMÓVEIS** os 17,64% (n=17) responderam que acreditam na capacitação dos funcionários, destes 11,76% (n=2) afirmam a facilidade do serviço 5,88% (n=1) falaram que as novas formas de gerenciamento trará maiores informações, 58,81% (n=17) dizem que o cliente satisfeito é fundamental para a organização, 23,52% (n=4) responderam que é simplificando o trabalho que iremos ter informações para melhorar o funcionamento da empresa, para 29,41% (n=5) disseram que através dos diversos tipos de tecnologias, 5,88% (n=1) sustentam que resultara na redução dos custos, já 11,76% (n=17) responderam o investimento, 5,88% (n=2) classificaram a simplificação do trabalho como fator predominante para as vendas e 5,88% (n=2) sustentaram que a informação influenciará no processo de negociação nas organizações.



**Tabela 4.2.1: Análise de O administrador é fundamental para melhorar as vendas de sua empresa X De que forma a informação influencia na administração de vendas.**

De que forma a informação influencia na administração de vendas.	O administrador é fundamental para melhorar as vendas de sua empresa									
	Capacitan do		Satisfazendo os clientes		Melhoran do ambiente		Investin do		Outros	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>										
Simplif. o trabalho	3	20	2	13,33	1	6,66	2	13,33	-	-
Criand. formas de ger.	3	20	5	33,33	1	6,66	5	33,33	-	-
Melhor acesso a infor.	2	13,33	7	46,66	1	6,66	3	20	-	-
Redução de custos	1	6,66	2	13,33	1	6,66	1	6,66	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>				<b>100%</b>					
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>										
Simplif. o trabalho	3	13,63	3	13,63	-	-	2	9,09	2	9,09
Criand. formas de ger.	2	9,09	7	31,81	-	-	2	9,09		
Melhor acesso a infor.	2	9,09	6	27,27	-	-	2	9,09	1	4,54
Redução de custos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>				<b>100%</b>					
<b>MULTIMÓVEIS</b>										
Simplif. o trabalho	2	11,76	4	23,52	-	-	2	5,88	-	-
Criand. formas de ger.	1	5,88	-	-	-	-	-	-	-	-
Melhor acesso a infor.	-	-	5	29,41			2	5,88		
Redução de custos	-	-	1	5,88	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>				<b>100%</b>					

Esta análise de que forma a informação influencia na administração de vendas e o administrador é fundamental para melhorar as vendas de sua empresa mostrará subsídios para criar novas formas de gerenciamento melhorando a informação, satisfazendo ambas as partes com técnica utilizada pelos administradores através da comunicação interna e externa das empresas.

Fizemos esta pesquisa com o intuito de coletar informações para que possamos ter uma avaliação da necessidade de automação da empresa tornando-a mais lucrativa.

Com os dados informados pelos funcionários através das pesquisas teremos condições de oferecer aos clientes uma melhor venda personalizada, pois as informações relatadas sobre as vendas serão mais seguras, objetivando fidelizar os clientes através dela.

“O homem deve acreditar no que faz, incentivar o otimismo, o entusiasmo e a competência, embasado no espírito de equipe, significa encontrar o caminho do sucesso.” (Caracas, 1990. p. 162)

A resposta do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 73,32% (n=15) dos funcionários afirmaram que o administrador capacitado é fundamental para a melhoria das vendas investindo a tecnologia na empresa dando uma divergência nas outras duas empresas que não acham a mesma coisa, na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 31,81% (n=28) explicaram que a capacitação é um fator principal para o administrador melhorar as vendas junto com a satisfação dos clientes com 72,71% (n=22) coincidindo com a empresa **MULTIMÓVEIS** com 58,81% (n=17).

Com relação a segunda variável na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 92,32% (n=3) os funcionários atestaram que a informação influencia a administração criando novas formas de gerenciamento para um desempenho satisfatório nos negócios. Coincidem com o mesmo grau de conhecimento a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 49,99% (n=2) tendo uma divergência de informação através da empresa **MULTIMÓVEIS** por não achar que a criação de novas formas de gerenciamento é a coisa principal na empresa e as três empresas comentaram que a informação influencia no melhoramento ao acesso de informação aos empregados com relação as vendas possuindo um controle administrativo.

Na entrevistas aos funcionários perguntamos, Quais as formas de gerenciamento que seu administrador utiliza na empresa?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“[...] um gerenciamento descentralizado onde [...] eu tenho autonomia para deliberar sobre ações dentro da empresa [...]”

Diferenciando do funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

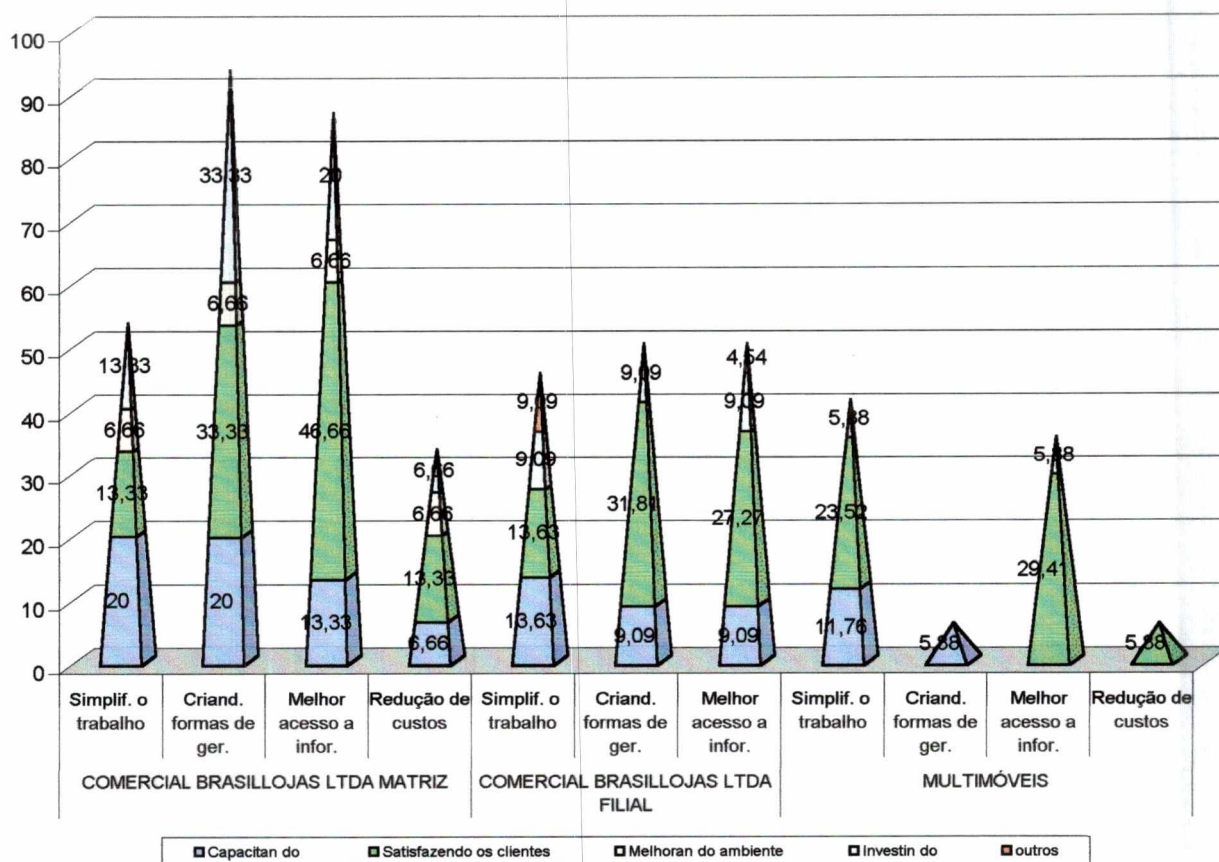
“[...] Ele utiliza formas, não diria [...], mais moderna [...] mas sempre a comunicação [...]entre nós e nosso líder [...] estamos desempenhando [...] agradável para ambas as partes.”

Diverge o funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] O funcionário participe de palestras e também melhorando seu grau de instrução.”

Para que as empresas mantenham as vendas com influência do administrador é necessário que haja parâmetros de qualificação que permitam saber conduzir e motivar as pessoas a comprar. Satisfazendo suas necessidades com habilidades de negociar, mas se relacionando com o mercado hoje. Entretanto os funcionários entrevistados comentaram que o gerente tem autonomia, é moderno e apresenta-se através da comunicação entre ambas as parte, mencionam que os funcionários participem de palestras e melhore o grau de instrução para melhorar o desenvolvimento organizacional.

**Gráfico 4.2.1: Análise de O administrador é fundamental para melhorar as vendas de sua empresa X De que forma a informação influencia na administração de vendas.**



Com o cruzamento entre as variáveis quais os procedimentos utilizados pelo

administrador para aumentar as vendas e o que pensa o administrador ao vender seus produtos e serviços, verificou-se que a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** no total 46,65% (n=15) opinaram na satisfação do cliente utilizando estratégias para ao crescimento das vendas destes 13,33% (n=2) acredita na capacitação de pessoal através de treinamento, já 26,66% (n=4) asseguram que a motivação dos funcionários é o principal fator para obtenção de lucros, 6,66% (n=1) optaram por outros procedimentos, já 19,99% (n=15) disseram acreditar no crescimento da empresa, 13,33 % (n=2) afirmam que a motivação é fundamental para o desempenho das funções, 6,66% (n=1) apontaram outros desenvolvimentos utilizados para que aumente as vendas, 106,55% (n=15) responderam que todas as alternativas que foram comentadas anteriormente é essencial para o crescimento da organização, destes 33,33% (n=5) esclareceram que a capacitação resultará no trabalho simplificado, 6,66% (n=1) diz que preferem utilizar diversos programas, 60% (n=9) falaram que a motivação para os funcionários é um procedimento que todas as organizações estão desempenhando 6,66% (n=1) sugeriram outras técnicas de procedimentos para o administrador aumentar as vendas.

Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 59,07% (n=22) apontaram a satisfação do cliente como responsável pela lucratividade, 22,72% (n=5) sinalaram a capacitação pessoal como desempenho organizacional, 9,09% (n=2) falaram que com o investimento tecnológico as informações proporcionará resultado eficiente, 22,72% (n=5) acreditam que a empresa deve investir nos funcionários através de treinamentos, 4,54% (n=1) responderam que acreditam em outros procedimentos, já 31,81% (n=22) afirmam que o crescimento da empresa devido as oportunidades de crescimento da mesma, do percentual 9,09% (n=2) mencionaram que com a capacitação o investimento tecnológico e a motivação são técnicas usadas para obter boas vendas, 4,54% (n=1) diz que existem outras estratégias para aumentar as vendas, já 27,27% (n=15) os funcionários disseram que tanto a satisfação do cliente quanto o crescimento é importante para as vendas.

Na **MULTIMÓVEIS** os 41,17% (n=17) afirmam que com um atendimento qualificado resultará num processo diferenciado de vendas, 5,88% (n=1) informam que a satisfação do cliente dar-se através do bom relacionamento do funcionário com os clientes, 5,88% (n=17) apontaram a diversificação, isto é, a utilização de vários procedimentos para alcançar as vendas, 29,41% (n=5), disseram que a motivação dos funcionários é feita através de incentivos para estimular o desempenho no atendimento, 52,93% (n=17) acreditam que o administrador para vender seus produtos e serviços precisa satisfazer o cliente para o crescimento da empresa, já 17,64% (n=3) indicam a tecnologia pois querem uma empresa que lhes dê um atendimento diferencial, 35,29% (n=6) preferem uma empresa que lhes dê aperfeiçoamento contínuo na qualidade dos produtos e serviços e 5,88% (n=1) diz que a qualificação profissional é importante para aumentar as vendas.

**Tabela 4.2.2: Análise de O administrador ao vender seus produtos e serviços x Quais os procedimentos utilizados pelo administrador para que aumente as vendas.**

Quais os procedimentos utilizados pelo administrador para que aumente as vendas	O administrador ao vender seus produtos e serviços									
	Na satisfação do cliente		No seu salário		No crescim. da empresa		Todas as altern. Acima		Não optou	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>										
Capacit. de pessoal	2	13,33	-	-	-	-	5	33,33	-	-
Invest. Tecnológico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Diversificação	-	-	-	-	-	-	1	6,66	-	-
Motivação de funcion.	4	26,66	-	-	2	13,33	9	60	-	-
Outros	1	6,66	-	-	1	6,66	1	6,66	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>					<b>100%</b>				
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>										
Capacit. de pessoal	5	22,72	-	-	2	9,09	2	9,09	-	-
Invest. Tecnológico	2	9,09	-	-	2	9,09	-	-	-	-
Diversificação	-	-	-	-	-	-	2	9,09	1	4,54
Motivação de funcion.	5	22,72	-	-	2	9,09	2	9,09	1	4,54
Outros	1	4,54	-	-	1	4,54	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>					<b>100%</b>				
<b>MULTIMÓVEIS</b>										
Capacit. de pessoal	1	5,88	-	-	1	5,88	-	-	-	-
Invest. Tecnológico	-	-	-	-	-	-	3	17,64	-	-
Diversificação	1	5,88	-	-	-	-	-	-	-	-
Motivação de funcion.	5	29,41	-	-	-	-	6	35,29	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>					<b>100%</b>				

Esta análise dos procedimentos utilizados pelo administrador para que aumente as vendas e se o administrador ao vender os seus produtos e serviços pensa na capacitação dos funcionários investindo em tecnologia para o crescimento da empresa utilizará técnicas na comunicação interna e externa do administrador.

Através dos dados coletados com esta pesquisa iremos obter as reais necessidades dos administradores ao investirem nas vendas de produtos e serviços com técnicas em procedimentos abrangendo a organização como um todo para que haja uma interligação entre os setores facilitando as operações de vendas da empresa.

A facilidade e as vantagens adquiridas com os procedimentos de vendas torna a empresa mais ágil em suas negociações.

“Somente as empresas que prestam bons serviços poderão se beneficiar desse esforço, capitalizando uma imagem positiva para seus produtos e para sua organização como um todo.” (Marcos, 1991 p 8)

A respeito do cruzamento detectamos que a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 46,65% (n=15) acredita que a satisfação do administrador ao vender seus produtos e serviços é de grande importância para a empresa, coincidem com a mesma satisfação a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 59,07% (n=22) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 41,17% (n=17).

Na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** tem divergência de crescimento da empresa com 31,81% (n=22) das outras pelos funcionários acharem que é mais importante o crescimento.

A **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 106,65% (n=15) mencionaram que todas as alternativas são essenciais para o administrador coincidindo com a **MULTIMÓVEIS** com 52,93% (n=17) e divergindo da **COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL** com 27,27% (n=22).

Com relação à segunda variável na **COMERCIAL BRASILLOJAS MATRIZ** 46,66% (n=2) falaram que os procedimentos utilizados pelo administrador para que aumente

sua venda é a capacitação de pessoal qualificado. Coincidem ainda com a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 40,90% (n=22) e diverge da empresa **MULTIMÓVEIS** que acham a capacitação dos empregados é importante. Já na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS MATRIZ** 99,99% (n=4) explicam que a motivação para os empregados é de suma utilidade coincidindo com as duas outras empresas com 40,90% (n=5) e a **MULTIMÓVEIS** com 64,7% (n=3) partindo ainda a empresa **MULTIMÓVEIS** com 17,64% (=3) que comentaram que o investimento tecnológico para um controle administrativo mais eficaz leva os funcionários a se capacitarem melhor para a utilização desses novos mecanismos de vendas.

Perguntamos aos funcionários se, uma comunicação satisfatória entre gerentes e funcionários garantirá um maior rendimento na produtividade? Justifique:

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“através de informações entre os funcionários e gerentes [...] e procurando a satisfação do cliente, buscando um bom atendimento [...]”

Diferenciando do funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

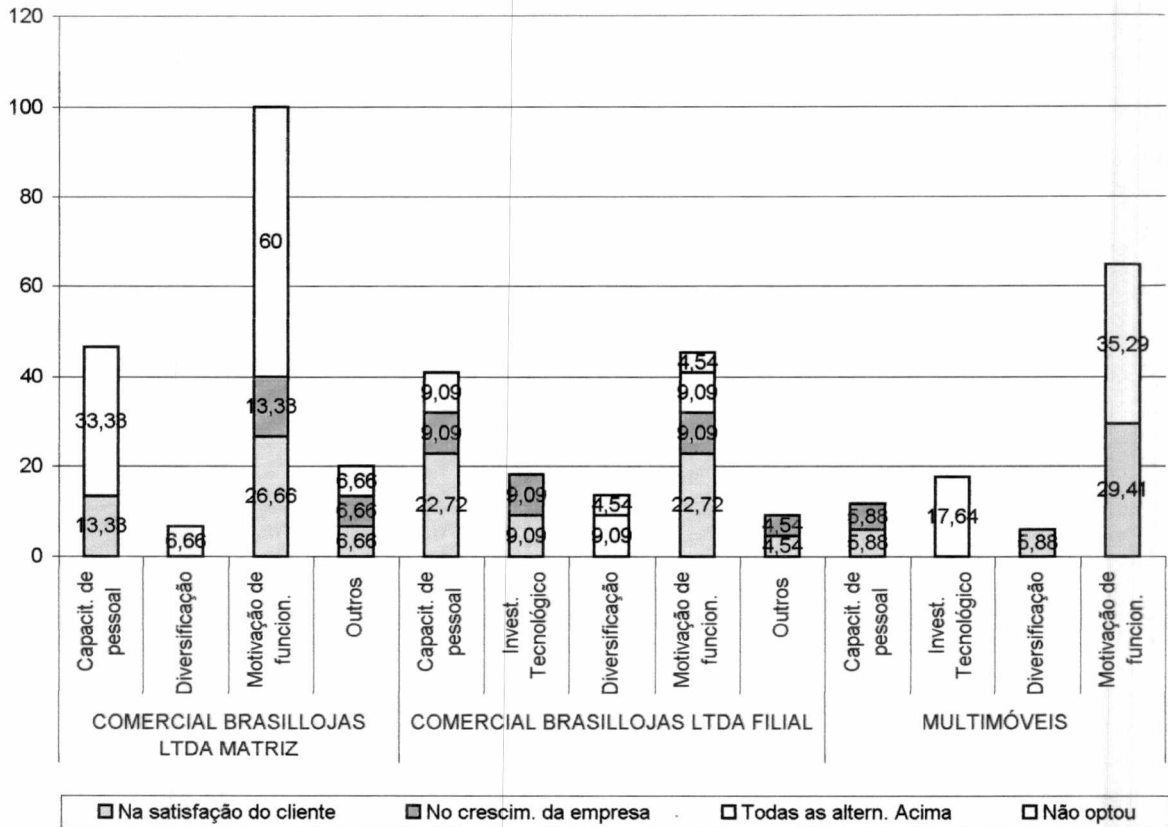
“[...] A comunicação é muito importante para o andamento de qualquer segmento de uma empresa [...]”

Diverge o funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] Que desde que você tenha um bom relacionamento [...] é essencial para que haja uma produtividade e conseqüentemente uma lucratividade.”

Concluimos que a liderança nas empresas é utilizada de forma satisfatória, através da comunicação interna e externa, contribuirá para motivação da equipe tendo mais lucratividade entre ambas, com a finalidade de atingir um processo evolutivo na empresa. Todavia os funcionários entrevistados esclareceram que é através da comunicação entre gerentes e funcionários, e procurando satisfazê-los a fim de obter bons lucros assim a empresa terá andamento em todos os segmentos, pois desde que haja um relacionamento a comunicação é essencial no setor produtivo e conseqüentemente uma lucratividade nas organizações.

**Gráfico 4.2.2: Análise de O administrador ao vender seus produtos e serviços X Quais os procedimentos utilizados pelo administrador para que aumente as vendas.**



Com o cruzamento entre como seu líder costuma motivar a equipe e por que a comunicação é utilizada de forma essencial, na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ**, destes 39,99% (n=15) afirmam que a confiança é fundamental na organização para o seu desenvolvimento, 26,66% (n=4) opinaram que através das reuniões é que o líder motiva sua equipe para o crescimento, 13,33% (n=2) dizem que o compartilhamento tanto do líder quanto do funcionário incentiva os grupos, 13,33% (n=15) relatam a interação como base para a utilização da comunicação, 13,33% (n=3) escolhera os agrupamentos, utilizando-se de estratégias para atingir os objetivos, 6,66% (n=15) admitem que o equilíbrio nas reuniões apontam a liderança, 19,99% (n=15) asseguram que a conscientização dos funcionários através da comunicação torna-se essencial na empresa, 6,66% (n=1) falaram que o trabalho em grupo garante o sucesso do líder na organização.



Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL**, verificou-se que 45,44% (n=22) acreditam que a confiança é indispensável na empresa, 40,90% (n=9) responderam que as reuniões com o líder faz motivá-los deixando bem a vontade 4,54% (n=1) mencionaram que a valorização dos mesmos é essencial para motivá-los a desempenhar um serviço de qualidade, 9,08% (n=22) analisaram que a integração é um fator primordial para a comunicação dentro da empresa onde 4,54% (n=1) avaliam as reuniões como motivadora de equipe para ao crescimento da organização o mesmo percentual cria condições de como valoriza o seu líder para motivar o grupo, 13,63% (n=22) compreenderam que o equilíbrio atinge plenamente um resultado de um trabalho com boa qualidade, a mesma porcentagem relatam que as reuniões é um incentivo de motivação que o líder oferece aos empregados.

Já na empresa **MULTIMÓVEIS** a comunicação é utilizada de forma essencial e seu líder costuma motivar a equipe, 47,05% (n=15) acredita que a confiança se baseia no relacionamento de integração com o líder, 35,29% (n=6) falaram que as reuniões é um ponto fundamental para solucionar os problemas encontrados, 5,88% (n=1) enfatizaram que o compartilhamento é um instrumento de renovação de idéias para um crescimento na empresa, o mesmo percentual avalia a valorização de implementações de estratégias de motivação para o líder com sua equipe, 5,88% (n=17) mencionaram os funcionários que a interação é muito importante para a comunicação de forma essencial na sua empresa, o mesmo percentual valoriza as reuniões como fonte do líder a motivar as equipes para desenvolver um bom trabalho, 17,64% (n=17) disseram que o equilíbrio é o melhor desempenho para qualquer ser humano, 17,64% (n=3) falaram que através da reunião é que o líder pode dar solução e motivá-los para resolver os problemas, 5,88% (n=17) analisaram que a conscientização é o fator principal na comunicação utilizada de forma essencial na empresa, o mesmo percentual utiliza as reuniões como instrumento de renovação dos seus conhecimentos dando motivação a equipe de trabalho.

**Tabela 4.2.3: Análise de Por que a comunicação é utilizada de forma especial na sua empresa x Como seu líder costuma motivar a equipe**

Como seu líder costuma motivar a equipe	Por que a comunicação é utilizada de forma especial na sua empresa									
	Confiança		interação		Equilíbrio		Conscientizam		Não optou	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>										
Reuniões	4	26,66	3	13,33	1	6,66	2	13,33	2	13,33
Criticas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Compartilhamento	2	13,33	-	-	-	-	1	6,66	-	-
Valorização	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	1	6,66
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>					<b>100%</b>				
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>										
Reuniões	9	40,90	1	4,54	3	13,63	-	-	-	-
Criticas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Compartilhamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Valorização	1	4,54	1	4,54	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>					<b>100%</b>				
<b>MULTIMÓVEIS</b>										
Reuniões	6	35,29	1	5,88	3	17,64	1	5,88	2	11,76
Criticas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Compartilhamento	1	5,88	-	-	-	-	-	-	2	11,76
Valorização	1	5,88	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>					<b>100%</b>				

Esta análise de como o seu líder costuma motivar a equipe e por que a comunicação é utilizada de forma especial na sua empresa dará subsídios como o líder observa o funcionamento da empresa e de seus funcionários na organização com utilização de técnicas na comunicação externa e interna do administrador.

Através dos dados coletados com esta pesquisa poderemos ter uma avaliação das necessidades reais de como a comunicação é utilizada na empresa, por isso propiciará ao administrador um controle mais eficaz do desenvolvimento levando ao crescimento da organização.

Pois a comunicação nos dará subsídios para um controle administrativo melhor, levando em consideração a motivação os empregados e líder na organização.

“Nas reuniões para compartilhar informações, as pessoas devem estar abertas umas para as outras e não terem medo de por suas idéias para fora, de modo que cada um possa ouvi-las e reagir a elas. Algumas vezes isso exige certa dose de coragem, mas se existe confiança dentro do grupo, isso é possível.” (Bobbi. 1991 p 18)

A respeito do cruzamento que na empresa COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ 39,99% (n=15) dos funcionários que afirmaram que a confiança dentro da

organização é importante para o líder desempenhar a motivação entre eles. Coincidem também com 45,44% (n=22) na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** e com 47,05% (n=17) o mesmo aconteceu com a empresa **MULTIMÓVIES**. Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 19,99% baseiam-se que a conscientização entre o líder e o funcionário é o fator primordial na empresa.

Com relação a segunda variável como seu líder costuma motivar a equipe a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ**, 59,98% (n=4) opinaram que as reuniões é a solução para os problemas. Coincidem com a mesma a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 45,44% (n=22) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 47,05% (n=17) afirmando que a reunião é muito produtiva para o crescimento da empresa.

Perguntamos aos funcionários, como seu administrador avalia seu desempenho na empresa?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“[...] É bom pela confiança e a credibilidade que tem no trabalho [...] por que procuro cumprir com minhas funções dentro da empresa [...]”

O funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

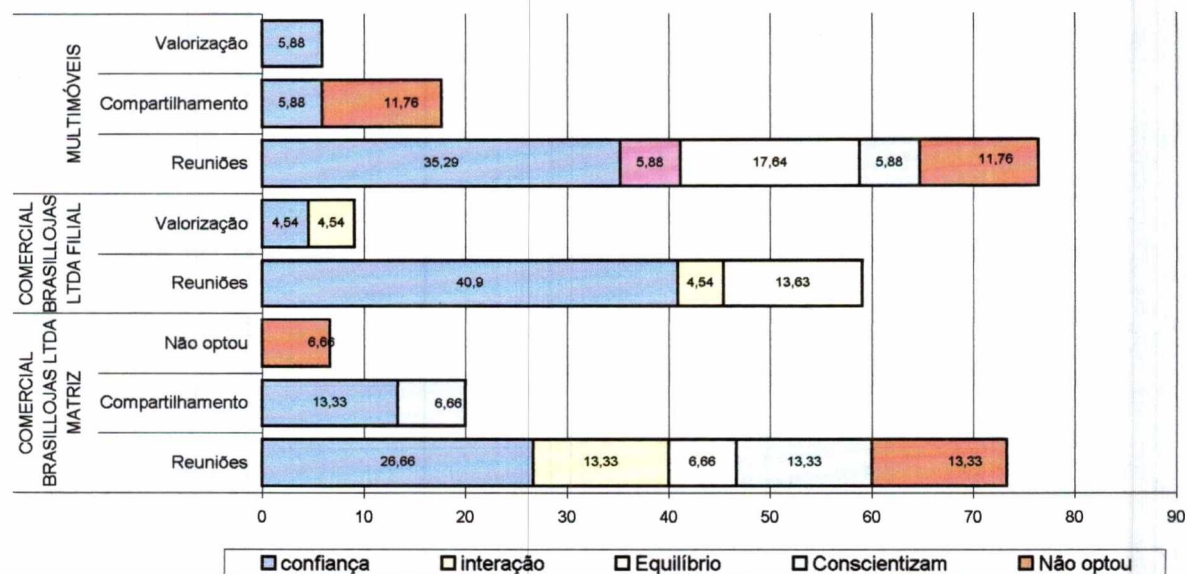
“[...] ele avalia de uma forma boa [...] pelo o que eu faço e dou [...] o melhor do que posso na empresa [...] de uma forma satisfatória [...]”

O funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“Creio [...] que satisfatório, vários vezes já chegou a elogiar [...] mais também [...] auxiliam em algum ponto falho [...]”

Concluimos que para as empresas investirem nas funções e imagem dos funcionários é necessário que tenha pessoal qualificado para uma rotatividade de funções para se organizar melhor. Abordando cada vez mais que a evolução nós devemos nos manter no mercado competitivo com muito conhecimento. Contudo os funcionários relataram que o desempenho e é avaliado através da confiança, credibilidade que tem no trabalho da forma satisfatória pelo serviço que desempenha na empresa e mencionaram que a comunicação é fundamental no segmento das organizações.

**Gráfico 4.2.3: Análise de Por que a comunicação é utilizada de forma especial na sua empresa x Como seu líder costuma motivar a equipe.**



### 4.3 A comunicação externa e interna das empresas investigadas e seus reflexos no trabalho em equipe.

Com o cruzamento porque você gosta de sua função e a imagem da empresa na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** os funcionários responderam no total de 100% (n=15) que acredita que a imagem da empresa é boa, destes 26,66% (n=4) afirmaram que satisfaz suas necessidades por que gostam das funções que exerce na organização 33,33% (n=5) disseram que é o que gosta de fazer por desempenhar sua função com eficiência e 40% (n=6) sente-se a vontade com o que faz proporcionando melhoria para empresa.

Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 86,34% (n=22) dos funcionários consideram a empresa boa para o trabalho, 13,63% (n=3) fica satisfeito com suas realizações desempenhadas, 22,72% (n=5) esclareceram que é o que gosta de fazer, valorizando sua função, 40,90% (n=9) disseram que sentem-se decididos no que fazem exercendo com prazer sua função 9,09% (n=2) acham-se preparados para o que der e vier por

estarem satisfeitos com o cargo que assumem na empresa, já 33,62% (n=22) mencionaram que a semelhança da empresa que trabalha é regular 4,54% (n=1) opinaram que satisfaz suas necessidades pelo seu desenvolvimento na organização, o percentual restante sente-se a vontade com o que faz e está preparado para as suas atividades realizando com eficácia o seu cargo.

Na **MULTIMÓVIES** os 100% (n=17) afirmam que a imagem da empresa que eles trabalham é boa, 17,64% (n=3) disseram que ficam satisfeito ao realizar suas tarefas por gostar de sua função, o mesmo percentual responderam é o que gosta de fazer pelo seu desempenho profissional, 23,52% (n=4) apontaram que sente-se a vontade com o que fazem pela valorização dos serviços prestados 41,17% (n=7) concluíram que estão prepara dos para realização de seus cargos.

**Tabela 4.3.1: Análise de Qual é a imagem da empresa que você trabalha x Por que você gosta de sua função**

Por que você gosta de sua função	Qual é a imagem da empresa que você trabalha			
	Boa		Regular	
	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MAITRIZ</b>				
Satisfaz sua necessidade	4	26,66	-	-
É o que gosta de fazer	5	33,33	-	-
Sente-se a vont. Com o q/ faz	6	40	-	-
Acha-se preparado	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>		<b>100%</b>
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL</b>				
Satisfaz sua necessidade	3	13,63	1	4,54
É o que gosta de fazer	5	22,72	-	-
Sente-se a vont. Com o q/ faz	9	40,90	1	4,54
Acha-se preparado	2	9,09	1	4,54
Não optou	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>22</b>		<b>100%</b>
<b>MULTIMÓVIES</b>				
Satisfaz sua necessidade	3	17,64	-	-
É o que gosta de fazer	3	17,64	-	-
Sente-se a vont. Com o q/ faz	4	23,52	-	-
Acha-se preparado	7	41,17	-	-
Não optou	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>17</b>		<b>100%</b>

Esta análise de se você gosta de sua função e qual a imagem da empresa que você trabalha dará um diagnóstico da necessidade da avaliação de como a comunicação externa e interna nas empresas é importante no trabalho em equipe.

Fizemos esta pesquisa para obtermos dados para que possamos ter uma avaliação

de como é a imagem da empresa que você trabalha e porque gosta de sua função, mostrando uma melhor qualidade nos serviços proporcionando satisfação aos empregados.

Com pesquisa realizada obteremos dados para que possamos ter uma avaliação de lucratividade, quando os empregados estão satisfeito com a empresa e sua função, eles se dedicam muito mais para melhor crescimento da mesma.

“A imagem profissional não é uma maneira de fazer as pessoas acreditarem que você é alguém que não é. Na verdade ela é exatamente o oposto, trata-se de uma ferramenta que o ajudará a expressar, com honestidade e espontaneidade que você é e o que tem a oferecer.” (Bobbi, 1991 p15)

A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 100% (n=15) acredita que é boa a imagem da empresa por ter uma qualidade qualificada. Coincidem com o mesmo objetivo a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 86,34% (n=22) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 99,97% (n=17).

Com relação à segunda variável na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 26,66% (n=4) satisfaz as necessidades por gostar de sua função. Divergindo a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** e a empresa **MULTIMÓVEIS**. Pois acreditam os funcionários da **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 33,33% (n=5) está satisfeito com sua função por que é o que gosta de fazer. Coincidem a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 22,72% (n=5) tendo divergência na empresa **MULTIMÓVEIS** que não acha que os funcionários gostem de sua função porque é só isso que gosta de fazer.

Na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 45,44% (n=9) sente-se a vontade com o que faz dentro da função que exerce. Coincidem o empresa **MULTIMÓVEIS** com 41,17% (n=7) acredita que estão preparados para o que de vier dentro da função que exercem para uma melhoria para empresa.

Perguntamos aos funcionários, como seu administrador avalia seu desempenho na

empresa?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“[...] É bom pela confiança e a credibilidade que tem no trabalho [...] por que procuro cumprir com minhas funções dentro da empresa [...].”

O funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

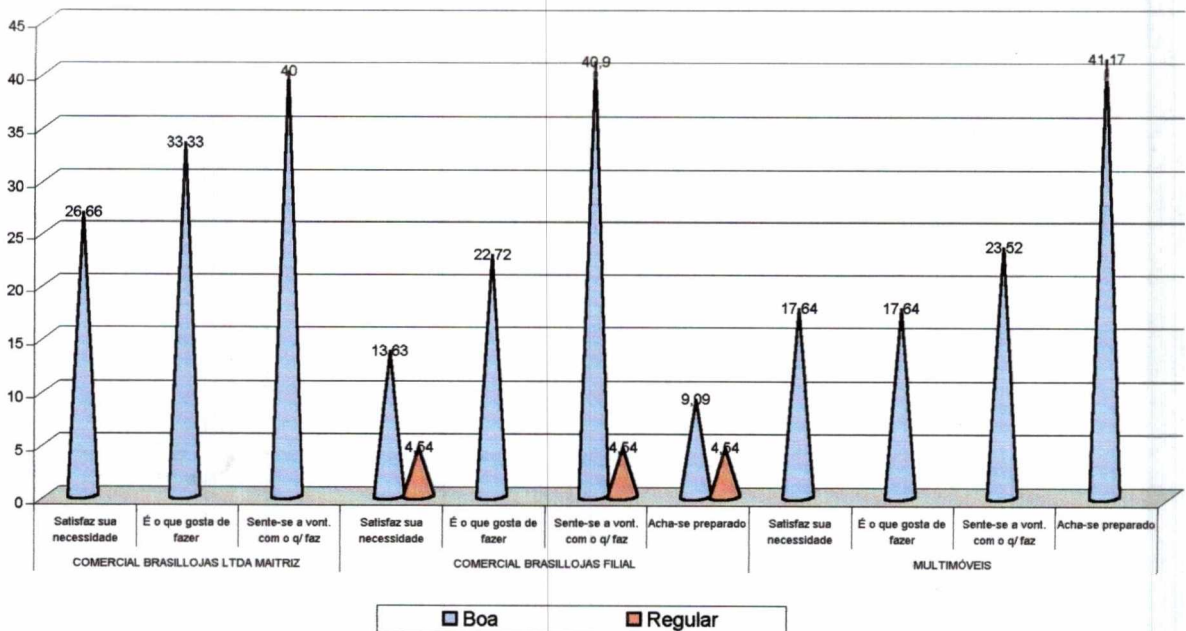
“[...] ele avalia de uma forma boa [...] pelo o que eu faço e dou [...] o melhor do que posso na empresa [...] de uma forma satisfatória [...].”

O funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“Creio [...] que satisfatório, vários vezes já chegou a elogiar [...] mais também [...] auxiliam em algum ponto falho [...].”

Concluimos que para as empresas investirem nas funções e imagem dos funcionários é necessário que tenha pessoal qualificado para uma rotatividade de funções para se organizar melhor. Abordando cada vez mais que a evolução nós devemos nos manter no mercado competitivo com muito conhecimento. Contudo os funcionários relataram que o desempenho e é avaliado através da confiança, credibilidade que tem no trabalho da forma satisfatória pelo serviço que desempenha na empresa e mencionaram que a comunicação é fundamental no segmento das organizações.

**Gráfico 4.3.1: Análise de Qual é a imagem da empresa que você trabalha x Por que você gosta de sua função**



A partir do cruzamento você veste a camisa da empresa e costuma receber elogios sobre sua empresa. A empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** do total 153,31% (n=15) responderam que gostam da empresa por dedicarem-se a ela, sendo que 53,33% (n=8) acredita que desempenha seu papel no mercado, receberá elogio sobre a empresa pela sua qualidade, 13,33% (n=2) comentaram que alcançando as metas desejadas recebem aplausos sobre a organização por possuir qualidade no campo comercial 26,66% (n=4) opinaram que respeitando os clientes a organização receberá enaltecimento, o mesmo percentual afirma que está sempre inovando a empresa receberá elogios pelo sucesso, 20% (n=3) relata que aceita aplausos sobre a influência que exerce no mercado, 13,33% (n=2) não opinaram por não saber o que significa vestir a camisa ou elogiar a empresa ou por não se comprometer com os seus administradores, 33,33% (n=15) falaram baseado que os funcionários são tratados com respeito e dedicam-se totalmente a empresa, 20% (n=3) analisa o desempenho do papel do administrador no mercado sendo elogiado pela sua qualidade, 13,33% (n=2) disseram que sendo tratado com respeito estará sempre autorizado para com receber novos elogios sobre a organização geral, 6,66% (n=1) admitem estar sempre em êxito recebendo elogios sobre a empresa por dedicar-se no mercado competitivo, o mesmo percentual não opinaram em relação aos encantos da empresa.

Já na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 77,26% (n=22) informaram que gosta da empresa por possuir uma credibilidade de funcionário que veste a camisa, 18,18% (n=4) falaram que desempenham o papel no mercado por receber elogios da sua organização e usam satisfação 4,54% (n=1) responderam que as metas alcançadas faz com que os funcionários recebam elogios sobre a empresa cobrindo a empresa com qualidade 27,27% (n=6) apontaram a dedicação da empresa por respeitadas os seus clientes valorizando desde o distribuidor até o consumidor final na busca de qualidade de elogios recebidos, 9,09% (n=2) acreditam que a administração menor está cada vez mais vestindo a camisa da empresa



com inovações e agradecendo os aplausos, o mesmo percentual afirma que por estar sempre em destaque a empresa nunca vai deixar de receber seus enaltecimentos de sucesso ainda restando aqueles que não opinaram por medo ou por não saber realmente do que se tratava, 45,43% (n=22) diagnosticaram que veste a camisa da empresa por serem tratados com dignidade, 4,54% (n=1) mostra que desempenhando o seu papel no mercado ela receberá elogios de todas as qualidades o mesmo percentual declara que conseguindo suas metas os funcionários admitiram enaltcidos e agradeceram pelo sucesso de estarem sempre inovando sua empresa, 22,72% (n=5) falaram de como a organização respeita seus clientes pela sua honestidade 9,09% (n=2) não opinaram sobre o investimento da camisa empresarial e por receber elogios em relação a sua empresa é talvez para não se comprometer com os diretores ou não entenderam a pesquisa feita.

Na empresa **MULTIMÓVEIS**, 70,56% (n=17) do todo gosta da empresa por ter sido seu primeiro emprego e por isso eles vestem a camisa da empresa com dedicação, 23,52% (n=4) acredita que a organização por desempenhar seu papel no mercado com honestidade eles costumam receber elogios a respeito da empresa o mesmo percentual afirma por tratar com dignidade os seus clientes ficam enaltcidos, 5,88% (n=1) observaram que estão sempre em destaque por ser uma empresa de qualidade 17,64% (n=3) não opinaram por estarem trabalhando nessa área, por não ter terminado o nível médio ou medo de ser interpretado mal, 17,64% (n=17) analisaram que os funcionários e clientes que são tratados com respeito vestem a camisa da empresa com respeito, veste a camisa da empresa 5,88% (n=1) assumem receber elogios da empresa por ela respeitar os seus clientes, 11,76% (n=2) não opinaram por ficarem talvez com receio, 5,88% (n=1) afirmam que a empresa estando sempre em primeira os empregados receberão elogios satisfatoriamente 5,88% (n=1) não deram sua posição, talvez por medo de serem punidos.

**Tabela 4.3.2: Análise de Por que você veste a camisa da empresa X Você costuma receber elogio sobre sua empresa**

Você costuma receber elogio sobre sua empresa?	Por que você veste a camisa da empresa							
	Gosta da empresa		É tratado com respeito		Sente-se obrigado		Não optou	
	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>								
Por desemp.papel/merc.	8	53,33	3	20	-	-	-	-
Por alcançar as metas	2	13,33	-	-	-	-	-	-
Por respeitar os clientes	4	26,66	-	-	-	-	-	-
Sempre inovar	4	26,66	2	13,33	-	-	-	-
Por estar em destaque	3	20	1	6,66	-	-	-	-
Não optou	2	13,33	1	6,66	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>				<b>100%</b>			
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>								
Por desemp.papel/merc.	4	18,18	1	4,54	-	-	-	-
Por alcançar as metas	1	4,54	1	4,54	-	-	-	-
Por respeitar os clientes	6	27,27	5	22,72	-	-	-	-
Sempre inovar	2	9,09	1	4,54	-	-	-	-
Por estar em destaque	2	9,09	-	-	-	-	-	-
Não optou	2	9,09	2	9,09	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>				<b>100%</b>			
<b>MULTIMÓVEIS</b>								
Por desemp.papel/merc.	4	23,52	-	-	-	-	-	-
Por alcançar as metas	-	-	-	-	-	-	-	-
Por respeitar os clientes	4	23,52	1	5,88	-	-	1	5,88
Sempre inovar	-	-	-	-	-	-	1	5,88
Por estar em destaque	1	5,88	-	-	1	5,88	-	-
Não optou	3	17,64	2	11,76	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>				<b>100%</b>			

Esta análise costuma receber elogio sobre sua empresa e porque você veste a camisa da mesma dará um diagnóstico de como o administrador deve comportar-se diante dos funcionários em busca de motivá-los para o desempenho de suas atividades através da comunicação externa e interna das empresas no trabalho em equipe.

Fizemos esta pesquisa para que através desses dados possamos avaliar os funcionários que se dedicam realmente pela empresa e sentem-se orgulhosos ao receber elogios sobre ela.

Pois com a informação dos dados a empresa torna-se mais competitiva e lucrativa, onde os funcionários vestem a camisa da empresa proporcionando um controle administrativo

e financeiro de melhor qualidade.

“No mundo de hoje, na empresa de hoje, é preciso ser entusiasmado. A pessoa entusiasmada é aquela que acredita na sua capacidade de transformar as coisas, de fazer dar certo.” (Filho Marins A. Luís, 1995 p 3).

A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 153,31% (n=15) dos funcionários afirmam que gosta da empresa por se sentir bem na função que exerce, o mesmo acontece com a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 77,26% (n=22) e a empresa **MULTIMÓVIES** com 70,56% (n=17) dos entrevistados atestam gosta da empresa pelo respeito que tratam os clientes. Já na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 45,43% (n=22) afirmam que são tratados com respeito pelos seus administradores e divergem das outras duas empresas que comentaram que não são tratadas com dignidade.

Em relação a segunda variável na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 73,33% (n=8) confirmaram por desempenhar o seu papel no mercado, a lucratividade é boa, coincidem com a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 22,72% (n=4) e a **MULTIMÓVEIS** 23,52% (n=4) com o mesmo objetivo. Já na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 49,99% (n=6) falaram que gosta da empresa e recebe elogios por ela respeitar os seus clientes. Coincidindo a **MULTIMÓVEIS** com a mesma meta com 35,28% (n=4) e divergindo a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** que não acha a mesma coisa, também a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** os funcionários vestem a camisa, com 39,99% (n=4) por estarem duas outras empresas que comentam que não é importante as inovações para o seu crescimento.

Fizemos a entrevista aos funcionários perguntamos, Você acha que a classe social e o nível de escolaridade do seu administrador são importantes para uma boa administração na empresa?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“[...] Quanto maior for o nível de conhecimento do administrador mais terá

condições de administrar sua empresa[...].”

O funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

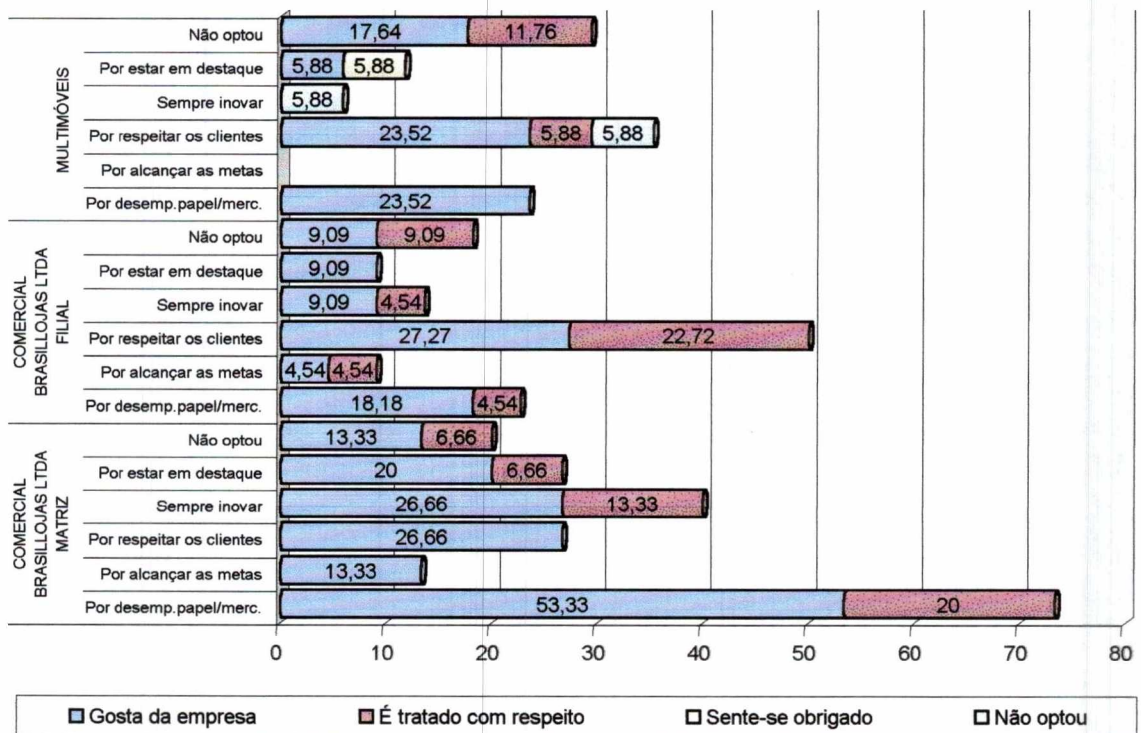
“[...] É fundamental que o nosso administrador tenha conhecimento na área que ele atua e também em outras áreas, porque hoje ninguém pode viver limitado a uma área [...].”

O funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] escolaridade vem melhorar seu grau de instrução [...] mostra como ele deve se dirigir aos funcionários mostrando [...] a responsabilidade e respeito com a empresa.”

Concluimos que para as empresas o que interessa é os clientes e funcionários possuírem ao menos o ensino médio para que eles possam ter um conhecimento melhor da empresa. Pois as classes sociais não influenciam em uma baixa renda para empresa e sim uma boa lucratividade. Todavia entrevistando os funcionários disseram que é essencial possuir o conhecimento porque dará condições de exercer uma boa administração, mostrando a responsabilidade e respeito com todos dentro e fora da empresa.

**Gráfico 4.3.2: Análise de Por que você veste a camisa da empresa X Você costuma receber elogio sobre sua empresa**



De acordo com a pesquisa realizada na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ**, 199,98% (n=15) acredita-se que a motivação influencia no ato da compra por ser uma técnica de treinamento, 33,33% (n=5) afirmaram que o atendimento influencia na comunicação, no ato da compra por ser um meio de relacionamento mais usado pela população, 26,66% (n=4) mencionaram que os clientes da mais valor ao preço ao ser influenciado a comprá-lo, 40% (n=6) relataram a qualidade do produto é um fator primordial que influencia o diálogo para conquistá-lo a comprar 6,66% (n=1) solicitaram que a embalagem é uma das principais aptidões para levá-los a compra além da comunicação 13,33% (n=2) preferiram pelo prazo de que é poucas empresas que importam com isso e tende uma boa comunicação está influenciando o cliente a comprar, 79,99% (n=15) acharam que conquistando o cliente eles estarão influenciando a comprar, 60% (n=2) consideraram que o atendimento é o essencial para a comunicação seja influenciada no ato da compra, 33,33% (n=5) preferem o preço para adquirir o seu produto com boa qualidade tendo um diálogo sincero para que possa comprar, 40% (n=6) indicaram a qualidade do produto para que atinja uma clientela fiel através da comunicação influenciando a comprá-la, 13,33% (n=2) escolhem a embalagem pela maneira de agradar os seus amigos, o mesmo percentual afirma que o prazo de entrega é essencial para qualquer empresa que esteja no mundo do mercado, 6,66% (n=1) admitem que outras técnicas são utilizadas para que a comunicação seja influenciada no ato da compra, 53,31% (n=15) admitiram que a induz, influenciando no ato da compra, 13,33% (n=2) consideram o atendimento importante na empresa o qual ela deve investir na sua qualidade, os mesmos percentuais falaram do preço e qualidade do produto que embora seja um fator importante, o cliente precisa de uma comunicação clara influenciada no ato da compra para esclarecer melhor as técnicas do plano da compra, 6,66% (n=1) valorizam o empacotamento de qualidade, a mesma porcentagem diagnosticamos outros meios de meta para que a empresa tenha tudo aquilo que já foi falado antes.

De acordo com os dados coletados na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 81,80% (n=22) ao todo valoriza a motivação como ato de influência na compra, 31,81% (n=7) preferem o atendimento com boa comunicação caracterizando com uma credibilidade da organização, 27,27% (n=6) optaram pelo preço qualificado além de uma comunicação clara e objetiva na hora da compra 22,72% (n=5) admitem a qualidade do produto por ser uma empresa de médio porte no mercado comercial, 90,89% (n=22) sustenta que a conquista está em primeiro lugar no mundo competitivo sendo que 40,90% (n=9) aceita a conquista como fator predominante da empresa, 18,18% (n=4) asseguram que o preço é uma das coisas mais importantes dentro da organização comercial, 31,81% (n=7) opinaram pela qualidade do produto satisfazendo o cliente com uma boa comunicação e influenciando no ato de comprar.

Já na empresa **MULTIMÓVEIS** os funcionários consideram que 41,16% (n=17) sentem-se entusiasmado no ato da compra, 5,88% (n=1) falaram que o atendimento avalia o nível de serviço que a empresa possui através de uma comunicação clara na hora da compra, 17,64% (n=3) optaram pelo preço e a excelência do produto sendo considerados também como elementos decisivos na compra, 58,81% (n=17) acreditam ao comprar, o funcionário deve conquistá-la, 11,76% (n=2) falaram que o atendimento deve ser qualificado com uma comunicação para que ele se sente influenciado a compra 41,17% (n=7) comentaram que a qualidade do produto é um alvo constante no meio das empresas comerciais, 5,88% (n=1) preferem um empacotamento de qualidade personalizado sendo motivo de orgulho e confiança para a empresa. Portanto, um novo caminho para o atendimento eficaz está fazendo com que as empresas modernas migrem para uma nova forma de melhorar de modo contínuo as relações com seus clientes. Essa ação tem sido efetuada por meio de um novo tipo de treinamento que é oferecido para todos os funcionários da empresa, mesmo aqueles que não estão em contato direto com o cliente.

**Tabela 4.3.3: Análise de O que influencia no ato da compra X Como a comunicação influencia no ato da compra e sua opinião.**

Como a comunicação influencia no ato da compra e sua opinião	O que influencia no ato da compra							
	Motiva		Conquista		Índuz		Outros	
	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>								
Atendimento	5	33,33	9	60	2	13,33	1	6,66
Preço	4	26,66	5	33,33	2	13,33	1	6,66
Qualid. do produto	6	40	6	40	2	13,33	1	6,66
Embalagem	1	6,66	2	13,33	1	6,66	1	6,66
Prazo de entrega	2	13,33	2	13,33	1	6,66	1	6,66
Outros	-	-	1	6,66	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>				<b>100%</b>			
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>								
Atendimento	7	31,81	9	40,90	-	-	-	-
Preço	6	27,27	4	18,18	-	-	-	-
Qualid. do produto	5	22,72	7	31,81	-	-	-	-
Embalagem	-	-	-	-	-	-	-	-
Prazo de entrega	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>				<b>100%</b>			
<b>MULTIMÓVEIS</b>								
Atendimento	1	5,88	2	11,76	-	-	-	-
Preço	3	17,64	-	-	-	-	-	-
Qualid. do produto	3	17,64	7	41,17	-	-	-	-
Embalagem	-	-	1	5,88	-	-	-	-
Prazo de entrega	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>				<b>100%</b>			

Esta análise de como a comunicação influencia no ato da compra e sua opinião o que influencia no ato da compra dará um diagnóstico como a comunicação externa e interna das empresas em equipe e em todos os setores.

Fizemos esta pesquisa para que através desses dados possamos avaliar a influência da comunicação, no ato da compra proporcionando um resultado satisfatório tanto na comunicação externa e interna quanto para os grupos na empresa.

Pois com a comunicação interna e externa na empresa, torna-se mais lucrativo,

onde a qualidade no atendimento é agilizado como o processo satisfatório para o cliente, proporcionando a empresa a ter uma comunicação eficaz. “É preciso que a empresa, em época de dificuldade de mercado, redobre o seu espaço de comunicação com seus funcionários”.

A respeito do cruzamento detectamos que a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 119,98% (n=15) dos funcionários afirmaram que a motivação influencia no ato da compra e facilita o acesso das vendas, o mesmo acontece com a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 81,81% (n=22) explicaram que a motivação influencia o cliente a comprar, 41,16% (n=17) da empresa **MULTIMÓVIES** acredita que a motivação é essencial.

Com relação à primeira variável na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 79,99% (n=15) avaliaram que a conquista é de suma importância para o cliente comprar, coincidem também a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 90,89% (n=22) e a **MULTIMÓVEIS** com 58,89% (n=3).

Em relação à segunda variável, a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** enfatizam 113,32% (n=3) que a influência no ato de comprar está relacionado com o atendimento. Coincidem com 72,71% (n=7) a **COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL**, tendo divergência que não acha que o atendimento é essencial na empresa **MULTIMÓVIES**. Dando continuidade a segunda variável a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 99,99% (n=6) despertaram a qualidade do produto como privilégio, tendo uma coincidência na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 54,53% (n=5) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 58,81% (n=3) afirmando que a qualidade supera a expectativa de todos.

A entrevista aos funcionários perguntamos, Você acredita no seu administrador? Qual a sua importância para você?



O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“[...] Como gerente a capacidade confiança.”

O funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

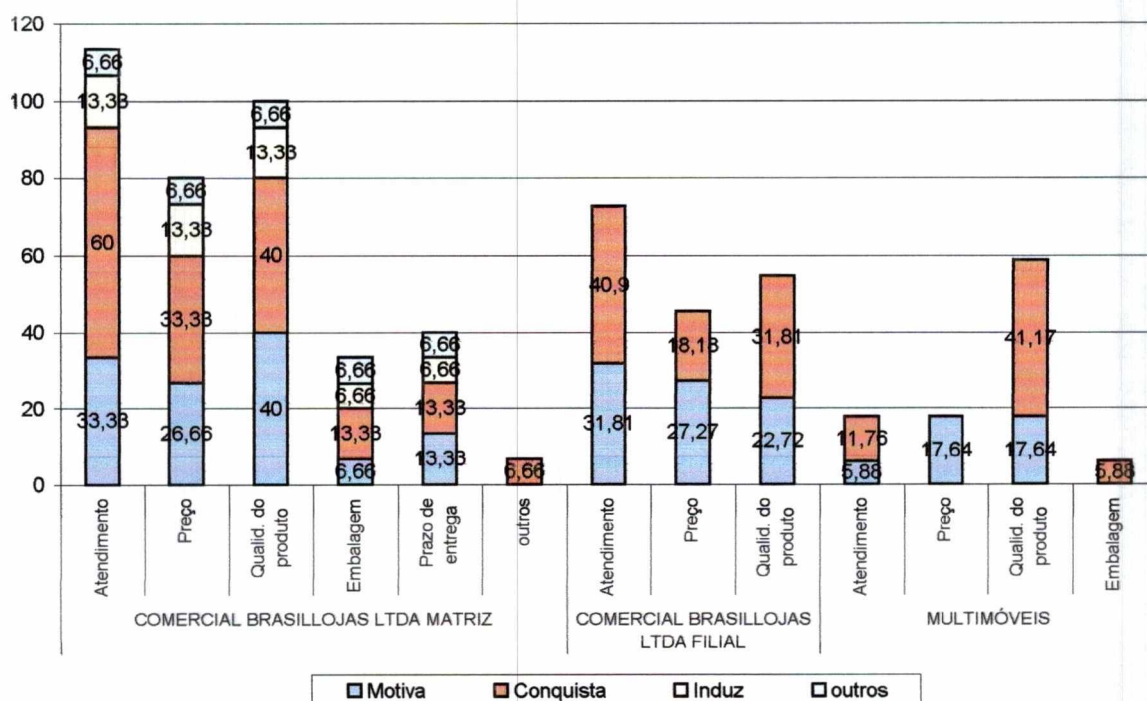
“[...] Ele tem confiança em mim e eu tenho confiança nele [...], essa importância é muito grande”

O funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] Acredito a importância é que uma ótima administração dele [...].”

Concluimos que é necessário uma qualificação de excelência para que as organizações possam ter segurança e credibilidade e tornam-se compatíveis. Dentro do mercado um que se encontram, pois daí isso a lucratividade aumenta dando oportunidade do empreendimento. Que é o maior desafio do administrador nos próximos anos é contribuir para a construção de uma organização baseada no processo contínuo de inovação e condução da qualidade dos serviços no mundo lucrativo. Contudo entrevistando os funcionários mesmos esclareceram que acreditam no seu líder pela credibilidade que eles tem no seu administrador, e pela importância da organização estrutural da empresa.

**Gráfico 4.3.3: Análise de O que influência no ato da compra X Como a comunicação influencia no ato da compra e sua opinião.**



#### **4.4 A importância do administrador no aperfeiçoamento e desenvolvimento nas empresas de pinheiro e sua repercussão no crescimento da clientela.**

Ao analisarmos o cruzamento dos procedimentos da empresa diante de reclamações referente à qualidade de seus produtos e serviços e porque trabalho nesta empresa. Verificou-se que na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** do total 33,32% (n=15) confirmam que trabalham por questão de oportunidade, destes 26,66% (n=4) compromete-se a ajustar o produto ou serviço para atender o cliente com eficácia, 6,66% (n=1) analisam as reclamações, usando de artifícios para agradar os mesmos, já 99,98% (n=15) dizem que gostam do que faz na organização, 26,66% (n=4) usam vários procedimentos para não desapontar o freguês, no atendimento ao consumidor 6,66% (n=1) diz que ressarcir o cliente pela qualidade do produto ou serviço, 66,66% (n=10) verificam as reclamações para tornar as decisões corretas.

Na **COMERCIAL BARSILLOJAS LTDA FILIAL** 22,71% (n=22) responderam pela oportunidade que a empresa oferecem 13,63% (n=3) afirmaram que terão comprometimento com os produtos e serviços para satisfação plena dos clientes, 4,54% (n=1) falaram que ignoraram o ouvido e assim deixando o cliente insatisfeito, já 4,54% (n=1) analisam as reclamações a fim de tomar decisões que identifiquem qual o defeito do produto e serviços, 77,25% (n=22) declaram que gostam do que fazem na empresa, para atingir a competitividade da mesma, 13,63% (n=3) citaram o serviço atendimento ao consumidor como ponto essencial no desenvolvimento da organização, 9,09% (n=2) comprometem-se em ajustar o produto para melhorar o atendimento ao cliente, 13,63% (n=3) decidiram que o procedimento será ressarcir o cliente, 36,36% (n=8) analisam as reclamações a fim de solucioná-lo os problemas, 4,54% (n=1) opinaram por outros procedimentos.

Já na **MULTIMÓVEIS**, dos 47,05% (n=17) falaram que pelas oportunidades que

a empresa oferece, 29,41% (n=5) retratam no desempenho do ajustamento dos produtos e serviços, 5,88% (n=1) compromete-se em ressarcir o cliente, 11,76% (n=2) analisam as reclamações dos clientes, utilizando-o a melhor maneira para resolvê-las, já 52,93% (n=17) opinaram que trabalham porque gostam do que fazem na organização, 11,76% (n=2) utilizam os serviços de atendimento ao consumidor diante de reclamações, 35,29% (n=6) disseram que através do acompanhamento e ajustamento dos mesmos e 5,88% (n=1) utilizam os procedimentos de análise das reclamações.

**Tabela 4.4.1: Análise de Por que trabalha nesta empresa X Qual o procedimento da empresa diante de reclamação referente a qualidade de seus produtos e serviço.**

Quão o proced. da empr. Diante de reclamação referente a qualidade de seus serv. E produtos	Por que trabalha nesta empresa					
	Por questão de oportunidade		Pelo salário		Gosta do que faz	
	F	%	F	%	F	%
<b>COMERICAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>						
Serviço de atend. Ao consumidor	-	-	-	-	-	-
Compromete-se a ajustar o produto	4	26,66	-	-	4	26,66
Ressace o cliente	-	-	-	-	1	6,66
Ignora o ocorrido	-	-	-	-	-	-
Analisa as reclamações	1	6,66	-	-	10	66,66
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>			<b>1005</b>	
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>						
Serviço de atend. Ao consumidor	-	-	-	-	3	13,63
Compromete-se a ajustar o produto	3	13,63	-	-	2	9,09
Ressace o cliente	-	-	-	-	3	13,63
Ignora o ocorrido	1	4,54	-	-	-	-
Analisa as reclamações	1	4,54	-	-	8	36,36
Outros	-	-	-	-	1	4,54
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>22</b>			<b>100%</b>	
<b>MULTIMÓVEIS</b>						
Serviço de atend. ao consumidor	-	-	-	-	2	11,76
Compromete-se a ajustar o produto	5	29,41	-	-	6	35,29
Ressace o cliente	1	5,88	-	-	-	-
Ignora o ocorrido	-	-	-	-	-	-
Analisa as reclamações	2	11,76	-	-	1	5,88
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>17</b>			<b>100%</b>	

Esta análise porque o funcionário trabalha nesta empresa e o procedimento da empresa diante de reclamações referente à qualidade dos produtos e serviços nos mostrará as forma de como os funcionários acreditam em seus administradores e a importância do administrador.

No aperfeiçoamento e desenvolvimento nas empresas de Pinheiro e sua repercussão no crescimento da clientela.

Através das informações coletadas iremos avaliar as reais necessidades das empresas, usarem técnicas de procedimentos diante das reclamações de qualidade dos produtos e serviços da organização tendo como principal objetivo o crescimento da empresa.

As técnicas facilita o desempenho organizacional proporcionando a empresa em controle administrativo mais adequado a nova realidade que vivemos, pois a qualidade do produto e serviço permite que haja segurança nas organizações. “A satisfação do cliente é determinado pela qualidade e quando o cliente identifica qualidade, isso reflete-se em sua satisfação.” (Raupp Hahn Elena, 1998 p 29).

A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 99,98%(n=15) falaram que gosta do que faz na empresa, coincidem com o mesmo critério, a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 77,25% (n=22) afirmando que a pessoa que faz determinada atividade com profissionalismo é porque gosta de sua profissão e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 52,93% (n=17) mencionaram que a pesquisa só vai revelar o que ele já pensava. Com relação a primeira variável na empresa **MULTIMÓVEIS** 47,05% (n=17) baseiam-se que estão trabalhando nessa empresa por questão de oportunidade tendo uma divergência das outras empresas que os funcionários não possuem o mesmo pensamento.

Com relação a segunda variável na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 53,32% (n=4) responderam que compromete-se a ajustar o produto e

serviço diante das reclamações. Coincidem a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 22,72% (n=3) admitindo que a qualidade do produto e serviço tem que ser de excelência e diverge da empresa **MULTIMÓVIES** que os funcionários não terá essa mesma opinião. Já na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 73,32% (n=1) avaliza as reclamações dos clientes por exigir um produto e serviço de qualidade tendo coincidência na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL**, com 40,9% (n=1) com o mesmo critério e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 17,64% (n=2) afirmando o mesmo relacionamento entre produto e serviço de qualidade.

Com a entrevista aos funcionários perguntamos, Como você vê a importância do seu administrador em relação a repercussão ao crescimento da clientela da empresa?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“[...] a importância do administrador no fator principal, ele é responsável pela política administrativa [...] na empresa [...]”

O funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

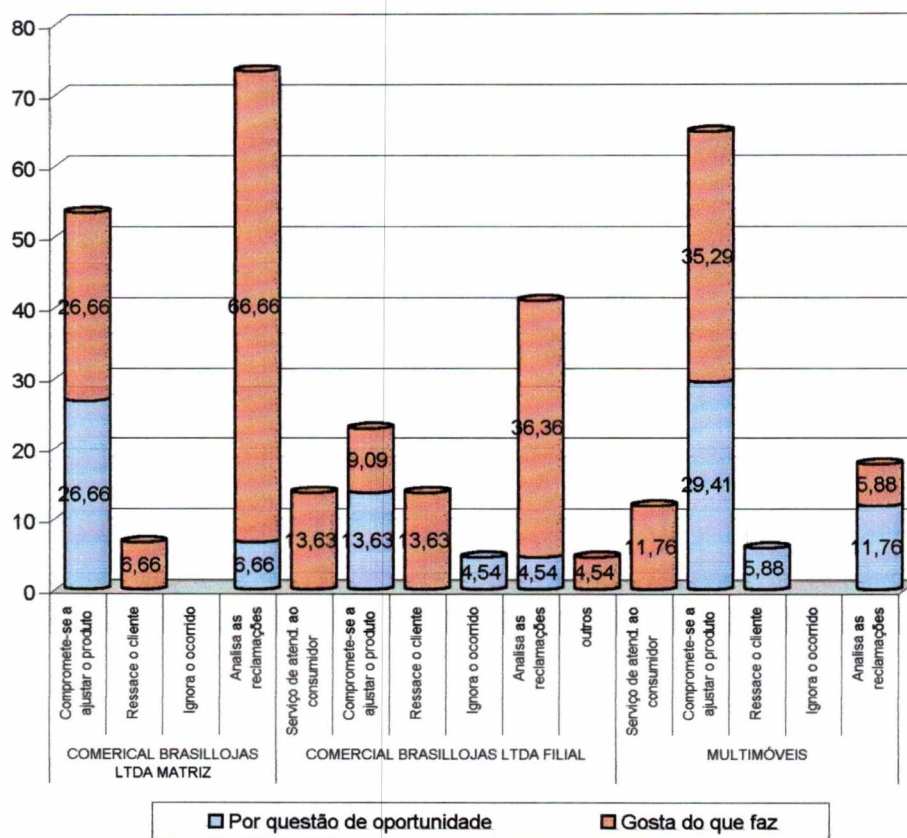
“[...] A importância do administrador para o crescimento da clientela hoje é muito grande [...] ele está sempre em contatos com os clientes [...]”

O funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] A comunicação que ele utiliza com relação a clientela é importante para a empresa [...]”

Para o aumento dos lucros é necessário que o administrador tenham seus objetivos e metas que é a rentabilidade da empresa. O administrador de hoje caracteriza a necessidade de mudar seus planos no processo de aprendizagem como uma forma de qualificação e requalificação profissional não como um instrumento de renovação dos seus conhecimentos que acontece o dia-a-dia das organizações. Portanto os funcionários entrevistados relataram a confiança que eles tem no administrador sendo um fator principal, pois sabendo que ele é responsável pela política administrativa da empresa através de uma boa comunicação com os clientes fortalecendo o relacionamento de ambas as partes.

**Gráfico 4.4.1: Análise de Por que trabalha nesta empresa X Qual o procedimento da empresa diante de reclamação referente a qualidade de seus produtos e serviço**



Com a análise das variáveis o administrador qualificado produz maior rentabilidade para a empresa e o nível do administrador é importante para a mesma no total 26,66 % (n=15) dos funcionários responderam superior, constatamos que a escolaridade é fundamental para o alcance do sucesso profissional. Na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** observou-se que 20 % (n=3) dos funcionários acreditam que o controle administrativo é uma implantação para obtenção de lucros e 6,66 % (n=1) dos funcionários disseram que o conhecimento específico é importante no desempenho das funções, 133,32 % (n=15) dos funcionários afirmam terem o ensino médio, já 40 % (n= 6) mencionaram que é através de uma boa administração, 26,66 % (n=4) dos funcionários responderam que o sistema de comunicação interna é essencial para produzir ganhos na empresa.

Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL** 68.17 (n=22) dos entrevistados informaram o controle administrativo que facilita o desempenho das funções, 13.63 % (n=3) citaram o conhecimento específico para adquirir o crescimento organizacional, 9.09 % (n=2) apontaram o planejamento estratégico que estabelece os objetivos e as metas para serem alcançadas, 45,44% (n=22) informaram o ensino médio o nível do administrador, destes 13.63 % (n=3) acreditam no processo contínuo de tomada de decisões estratégicas para obtenção de lucros, 4.54% (n=1) informaram o sistema de comunicação interna com fins lucrativos, 18.18% (n=4) acreditam no planejamento próprio, especificando seus itens para uma produção eficaz, 9.09% (n=2) opinaram por um resultado a longo prazo para manter a empresa competitiva no mercado e 4.54% (n=1) não estavam informando da escolaridade do administrador.

A empresa **MULTIMÓVEIS**, 70.57% (n=17) relacionaram o ensino médio, 47.05 % (n=8) dos funcionários mostram que a forma como é controlada leva a empresa aos lucros ou prejuízos, 17.64% (n=3) dos funcionários avaliam o conhecimento específico como ponto chave para o desenvolvimento da empresa 5.88% (n=1) dos funcionários mencionaram que o planejamento estratégico é fator primordial para uma organização qualificada na rentabilidade para a empresa, 29.40% (n=17) não estão informados do nível de escolaridade do administrador, portanto 5.88 % (n=11) dos funcionários acreditam no sistema de comunicação interna como fator predominante no alcance das metas, 17.64% (n=3) no conhecimento específico, utilizado pelo próprio administrador, 5.88% (n=11) dos funcionários acreditam nos planos de ações para melhor estrutura da empresa. Durante muito tempo as empresas tinham como meta “gastar” o dinheiro em treinamento, muito mais para dizer para os acionistas que estava sendo feito algo para o crescimento dos funcionários. Era, em verdade, uma forma de retornar o dinheiro via Lei Federal que permitia às empresas retomarem os gastos com treinamentos.

**Tabela 4.4.2: Análise de O nível do administrador X O administrador qualificado produz maior rentabilidade para a empresa.**

O administrador qualificado produz maior rentabilidade para a empresa	O nível do administrador					
	Superior		Ensino médio		Não informado	
	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>						
Contr. Administrat.	3	20	6	40	-	-
Sist. Comunic. Interna	-	-	4	26,66	-	-
Conhec. Específico	1	6,66	5	33,33	-	-
Planej. Estratégico	-	-	5	33,33	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>			<b>100%</b>		
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>						
Contr. Administrat.	10	45,45	3	13,63	-	-
Sist. Comunic. Interna	-	-	1	4,54	1	4,54
Conhec. Específico	3	13,63	4	18,18	-	-
Planej. Estratégico	2	9,09	2	9,09	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>			<b>100%</b>		
<b>MULTIMÓVEIS</b>						
Contr. Administrat.	-	-	8	47,05	-	-
Sist. Comunic. Interna	-	-	-	-	1	5,88
Conhec. Específico	-	-	3	17,64	3	17,64
Planej. Estratégico	-	-	1	5,88	1	5,88
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>			<b>100%</b>		

Esta análise do administrador qualificado produz rentabilidade para a empresa e o nível do mesmo nos dará subsídio de como o conhecimento influencia na comunicação entre os funcionários mostrando sua importância de administrador no desenvolvimento nas empresas de Pinheiro e sua repercussão no crescimento da clientela.

Realizamos esta pesquisa para que através dos dados coletados possamos averiguar as necessidades reais do nível de um administrador no decorrer de suas atividades, para que ele possa ao mesmo tempo a eficiência e a eficácia no desenvolvimento de seus trabalhos.

Um administrador capaz de fornecer-nos informações precisa para as tomadas de decisões é hoje fundamental no mercado organizacional. As empresas ao longo do tempo perderam tempo e dinheiro sem obter conhecimentos do que é o mais hoje a tecnologia fez com que eles abrissem os olhos para o progresso globalizado.

“Na realidade, a hierarquia da organização a formal representa a distribuição de autoridade e da responsabilidade entre os diversos níveis de estrutura e cada nível



hierárquico que está acima dos demais níveis tem maior peso nas decisões.”  
(Chiavenato Idalberto, 1936 p. 245)

Constatamos que nas três firmas pesquisadas como a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 133.32 % (n=15) a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 45.44 % (n=22) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 70.57% (n=17) consideram as respostas com relação à escolha do nível do administrador possuírem o Ensino Médio. A empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 68.17 % (n=22) dos funcionários acreditam que o administrador para possuir uma empresa bem estruturada ele precisa do curso superior. Tiveram divergência a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** e a empresa **MULTIMÓVEIS** que para ser um bom administrador não é necessário possuir um curso superior.

Com relação a 2<sup>a</sup> variável a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 60 % (n=3) acredita que o controle administrativo produz maior rentabilidade para a empresa, teve coincidência também para a mesma alternativa a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 59.68% (n=10) e tendo divergência na empresa **MULTIMÓVEIS** 47.05% que achou ter importância esse controle administrativo. Tiveram coincidência também para as alternativas onde os funcionários comentaram que o administrador tem que possuir um conhecimento específico na área onde o **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 39.99% (n=1) afirma está de acordo com o conhecimento específico por setor, a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 31.81% (n=2) acredita que é essencial o conhecimento e a empresa **MULTIMÓVEIS** 35.28% (n=6) mencionaram que é de suma importância, possuindo também na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 33.33% (n=15) avalia que o planejamento estratégico todo administrador tem que traçar para melhor, tendo divergência entre as outras empresas.

Na entrevista aos funcionários perguntamos, Quais os tipos de programas de Marketing utilizados pela empresa para garantir a fidelização da clientela?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“propaganda na televisão, rádios e outros mais a principal [...] é a confiança e credibilidade [...] porque o marketing é induzir o cliente [...]”

Coincidindo o funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

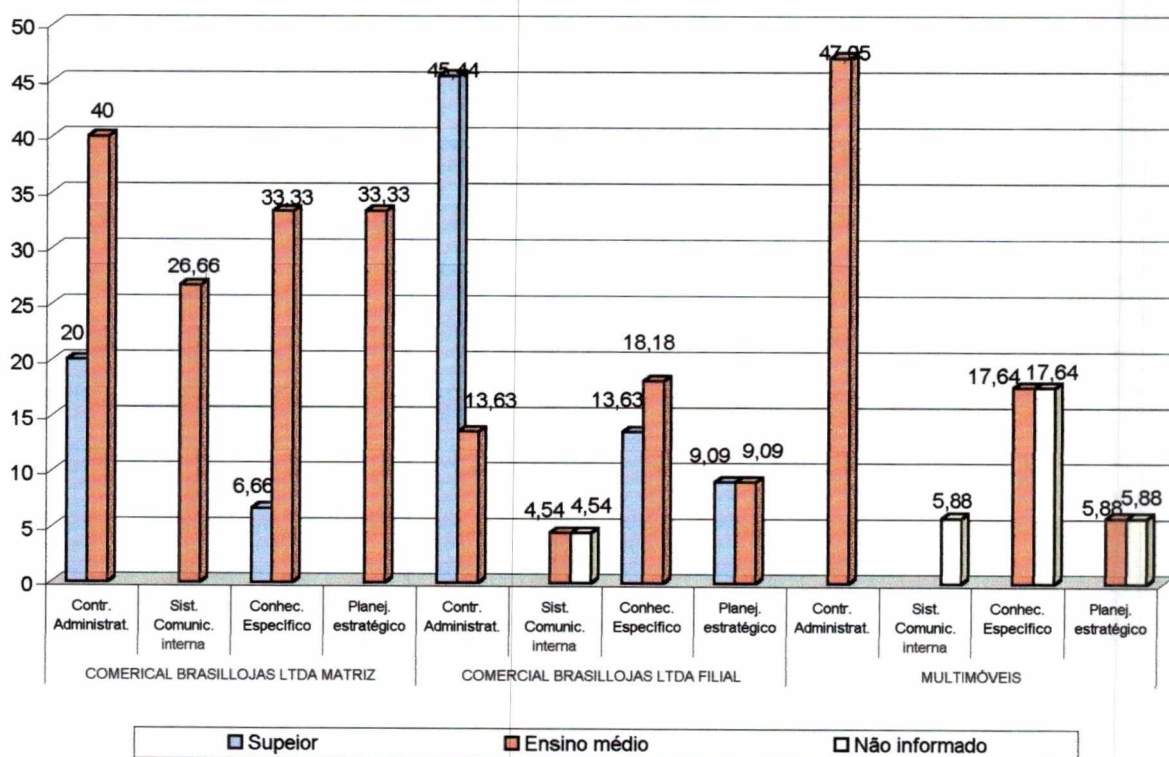
“[...] A propaganda dos nossos produtos, através [...] da internet que hoje é praticamente no mundo inteiro [...], e assim fazer com que os produtos ficassem mais conhecidos [...]”

O funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] Se você tiver uma boa marca uma boa divulgação você vai mostrar aos clientes [...] os tipos de produtos que você tem [...] usando a Internet melhora [...] o rendimento com os clientes.”

Concluimos que as empresa oferecem para os clientes produtos de qualidade para satisfazê-lo utilizando programa de marketing e motivação de forma eficiente a adquiri-lo. Entretanto os funcionários entrevistados disseram que o marketing nas redes de comunicações, como sendo um meio, que poderia induzir os clientes do mundo inteiro, pela sua marca e boa aceitação no mercado.

**Gráfico 4.4.2: Análise de O nível do administrador X O administrador qualificado produz maior rentabilidade para a empresa.**



Com esta pesquisa constatamos como funcionário ver a comunicação interna e externa do seu líder e o setor que trabalha. Verificou-se que na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 46,66% (n=15) esclareceram que trabalham no setor administrativo, destes 6,66% (n=1) responderam que é ótimo a potencialização e a força da empresa será desenvolvida através da comunicação, 40 % (n=6) opinaram por bom, o tipo comunicação interna externa estabelecida na empresa gira motivação dos setores, 6,66% (n=1) diz que trabalha no setor técnico e que acham boa a maneira que é transmitida as informações para os grupos, 6,66 % (n=1) falaram que trabalham na produção para o aumento na lucratividade da empresa, 20% (n=3) disseram bom o tipo de relacionamento entre o líder e os funcionários, 18,98% (n=1) relataram que trabalham no setor de informática este é fundamental no crescimento e controle da organização, 6,66% (n=1) este percentual indicam um bom regular e ótimo.

Na pesquisa feita na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** do total 13,64% (n=22) responderam que trabalham no setor administrativo, 9,09 (n=2) optaram por ultimo, o líder através do dialogo com os funcionários traz soluções para compra 4,54 % (n=1) diz que é bom a comunicação do líder na organização formando espírito de liderança, 77,26 % (n=22) apontaram que trabalham na produção, que é responsável pelo índice de lucros na empresa, 18,18 % (n=4) falaram que é ótimo pois através da comunicação que resolveremos os problemas existentes, 13,66 % (n=3) considera regular já 36,36% (n=8) acham boa, enquanto que 9,09 % (n=2) diz que é ruim, 9,08 % (n=17) disseram que trabalham com as informações e o percentual 4,54% (n=1) responderam regular e bom.

Na **MULTIMÓVEIS** 17,64% (n=17) no setor administrativo, que é responsável pela organização direção e controle da empresa, 5,88 % (n=1) acham ótimo o relacionamento do líder com os demais, 11,76 % (n=2) responderam que é boa, por desempenhar seu papel decisivo, com as equipes, já 82,34 % (n=17) disseram que trabalham no setor produtivo, que

será através do processo motivacional que obterá resultados satisfatórios, destes 11,76% (n=2) falaram que é ótimo, pois de acordo com o tipo de liderança estabelecida na produção resultará em uma boa rentabilidade e 52,94% (n=9) optaram por boa, pois os funcionários acham a comunicação fundamental na empresa, tanto interna como externa.

**Tabela 4.4.3: Análise de Qual o setor que trabalha X Como você vê a comunicação interna e externa do seu líder.**

Como você vê a comunicação interna e externa do seu líder	Qual o setor que trabalha							
	Administrativo		Técnico		Produção		informática	
	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>								
Ótimo	1	6,66	-	-	1	6,66	1	6,66
Regular	-	-	-	-	-	-	1	6,66
Bom	6	40	1	6,66	3	20	1	6,66
Ruim	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>				<b>100%</b>			
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>								
Ótimo	2	9,09	-	-	4	18,18	-	-
Regular	-	-	-	-	3	13,63	1	4,54
Bom	1	4,54	-	-	8	36,36	1	4,54
Ruim	-	-	-	-	2	9,09	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>				<b>100%</b>			
<b>MULTIMÓVEIS</b>								
Ótimo	1	5,88	-	-	2	11,76	-	-
Regular	-	-	-	-	3	17,64	-	-
Bom	2	11,76	-	-	9	52,94	-	-
Ruim	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>				<b>100%</b>			

Esta análise do setor que trabalha e como você vê a comunicação interna e externa do seu líder dará um diagnóstico das necessidades de interação entre os mesmos mostrando a importância do administrador no aperfeiçoamento e desenvolvimento nas empresas de Pinheiro e sua repercussão no crescimento da clientela.

Fizemos esta pesquisa para que através dos dados coletados possamos ter uma avaliação das reais necessidades dos funcionários estarem nos setores adequados e da comunicação interna e externa do líder com eles.

Com o pessoal qualificado em seus devidos lugares os funcionários poderão fazer renovações dos seus conhecimentos como implantações das estratégias do administrador para

o crescimento da empresa.

“Comunicação é a troca de informações entre indivíduos, por isso constitui um dos processos fundamentais da experiência humana e da organização social.”  
(Chiavenato, Idalberto, 1936, pág. 181)

Deduzimos com esta pesquisa o quanto é importante avaliar, setor por setor, funcionários e constatamos que na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 26,66% (n=15) acreditam que o setor de produção é o mais importante porque sem eles não tem o produto para ser vendido.

Tiveram coincidência também para a mesma alternativa onde os funcionários analisam o setor de produção como o mecanismo de alto desempenho a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 77,26% (n=22) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 82,34% (n=17) levando a eficiência da produtividade para o mercado. Já na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 46,66% (n=15) avalia que o setor administrativo é muito mais importante porque é ele que contrata toda essa qualidade de produção. Tendo divergência nas outras duas empresas que não acharam a mesma coisa.

Com relação à segunda variável a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 19,98% (n=1) explicaram que a comunicação é ótima dentro da empresa, tendo coincidência também nas outras duas empresas a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 27,27% (n=2) e a empresa **MULTIMÓVEIS** 17,64% (n=1) que afirma que a comunicação tanto interna e externa deve existir para o crescimento da empresa. Tendo coincidência também na outra alternativa que é bom a comunicação do líder e seus funcionários a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 73,32% (n=6) que a comunicação tem que ser de alto nível de conhecimentos a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** 45,44% (n=1) informam também que é essencial a comunicação para a motivação dos funcionários e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 64,7%(n=2) mencionaram que sem a comunicação a empresa pode progredir.

Entretanto na entrevista aos funcionários perguntamos, Como o administrador

incentiva os funcionários para vender seus produtos e serviços?

O funcionário 1 da empresa **Comercial Brasillojas Ltda Matriz** diz:

“Oferecendo produto de boa qualidade fazendo com que todos os funcionários se sintam a vontade de trabalhar e que eles sejam bem qualificados.”

Assemelha com o funcionário 1 da empresa **Multimóveis** diz:

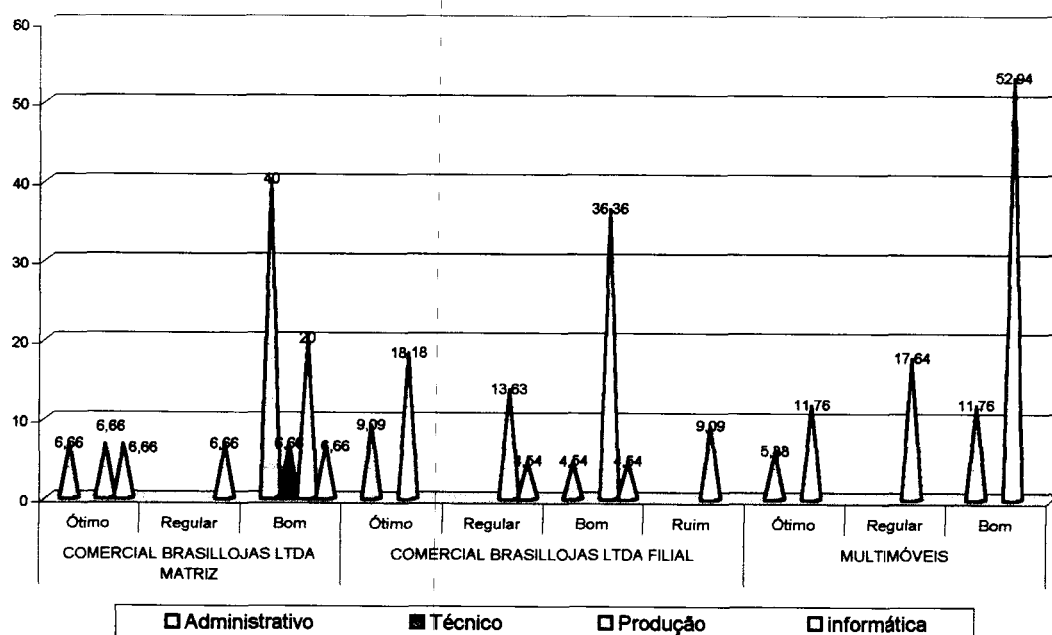
“[...] ele sempre dá um incentivo pra gente [...] ele sempre presa pela qualidade dos produtos [...] sente-se motivado para exercer suas tarefas.”

O funcionário 2 da empresa **Multimóveis** diz:

“[...] Por que as vezes não depende só do administrador e sim dos funcionários [...].”

Hoje as empresas devem procurar profissionais que saibam vender e que sejam especialistas em negociar vendas e em relações, direta com o mercado e usando sua linguagem simples e clara certificando-se de que estará desempenhando seu papel com eficácia. Contudo os funcionários entrevistados esclareceram que é oferecendo produtos de boa qualidade e fazendo com que os mesmos sintam-se a vontade para trabalhar e que sejam qualificados, e ainda incentivada através da comunicação direta, fazendo elogios, pois só assim eles sentem-se motivados para exercer suas tarefas com eficiência porque não depende só do administrador e sim dos funcionários.

**Gráfico 4.4.3: Análise de Qual o setor que trabalha X Como você vê a comunicação interna e externa do seu líder.**



Na pesquisa realizada na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** as variáveis que motivou o cliente a comprar e como conheceu os produtos da empresa, do total 58% (n=100) responderam que foi pela tv, através de propagandas, 20% (n=20) disseram que foi o preço que os motivou, 19% (n=19) citaram pela qualidade do produto, 6% (n=6) falaram que o atendimento de qualidade, 3% (n=3) esclareceram que o relacionamento dos clientes com os funcionários, 3% (n=3) avaliaram que a marca influencia nas compras e 7% (n=7) optaram pela garantia do produto, já 90% (n=9) explicaram que conheceram os produtos pela indicação de amigos, destes 34% (n=34) relataram as mercadorias estavam com preço s baixos, 35% (n=35) relacionaram o potencial do produto, 7% (n=7) opinaram pelo atendimento diferencial, 5% (n=5) afirmam das relações existentes, entre o empregado e clientes, 1% (n=1) diz que a marca é fundamental para a aceitação do produto e 8% (n=8) avaliaram a garantia que a organização oferece.

Com base na pesquisa feita na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL**, 43% (n=100) disseram que conheceram os produtos pela tv, através do marketing, 13% (n=13) indicaram o preço como fator de motivação para que o cliente se interesse pelas compras, 15% (n=100) através da qualidade da mercadoria oferecida pela empresa, 5% (n=5) dizem que atendimento é um ponto primordial para atrair fregueses, já 80% (n=100) relataram que é por indicação de amigos, 18% (n=18) esclareceram que o preço é um forte aliado para uma boa venda, 25% (n=25) analisaram que a qualidade dos produtos e serviços é essencial para atingir o índice de lucratividade, 14% (n=14) citaram a rapidez, com que são atendidos na empresa.

Já na pesquisa feita na **MULTIMÓVEIS**, 31% (n=100) mostraram que conhecem os produtos através do canal de comunicação, destes 13% (n=13) falaram do preço, como sendo a estratégia de motivação para a comprar, 8% (n=8) disseram que a qualidade é de suma importância para as vendas, 7% (n=7) relaram que o atendimento é fundamental para o

sucesso da empresa, já 109% (n=100) através da indicação dos amigos, 39% (n=39) declararam que o preço é a essência das vendas, 51% (n=51) avaliaram a qualidade é o que mais motiva o cliente a comprar e 12% (n=12) concluíram que a maneira que o cliente é recebido na empresa influencia para obtenção de lucros.

**Tabela 4.4.4: Análise de Como você conheceu os nossos produtos X O que motiva a comprar.**

O que o motiva a comprar	Como você conheceu os nossos produtos							
	Através de revistas		Internet		TV		Amigos	
	C	%	C	%	C	%	C	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>								
Preço	-	-	-	-	20	20	34	34
Localização	-	-	-	-	-	-	-	-
Qualidade	-	-	-	-	19	19	35	35
Atendimento	-	-	-	-	6	6	7	7
Relacionamento	-	-	-	-	3	3	5	5
Marca	-	-	-	-	3	3	1	1
Garantia	-	-	-	-	7	7	8	8
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>				<b>100%</b>			
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>								
Preço	-	-	-	-	13	13	18	18
Localização	-	-	-	-	2	2	4	4
Qualidade	-	-	-	-	15	15	25	25
Atendimento	-	-	-	-	5	5	14	14
Relacionamento	-	-	-	-	3	3	11	11
Marca	-	-	-	-	2	2	4	4
Garantia	-	-	-	-	3	3	4	4
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>				<b>100%</b>			
<b>MULTIMÓVEIS</b>								
Preço	3	3	-	-	13	13	39	39
Localização	-	-	-	-	1	1	1	1
Qualidade	3	3	-	-	8	8	51	51
Atendimento	-	-	-	-	7	7	12	12
Relacionamento	-	-	-	-	1	1	2	2
Marca	-	-	-	-	-	-	1	1
Garantia	-	-	-	-	1	1	3	3
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>				<b>100%</b>			

Esta análise como o cliente conheceu nossos produtos e o que motivou a comprar nos dará um diagnóstico das necessidades de melhorias que deverão ser feitas com relação a programas de marketing para melhor rentabilidade, mostrando a importância do administrador no desenvolvimento nas empresas de Pinheiro e sua repercussão e crescimento da clientela.

Fizemos esta pesquisa para que através desses dados possam ter uma análise das reais necessidades dos clientes em relação aos nossos produtos fazendo eles ficarem



motivados para comprar.

Pois a informação dos dados nos dará subsídios para um controle administrativo mais eficaz levando em consideração a qualidade do produto.

“A motivação dos que tomam parte nesse treinamento aumenta significativamente quando eles vêm que o (topo) da empresa também esta plenamente comprometido com a iniciativa, e que não é apenas coisa positiva. Há necessidade de se colocar bastante ênfase no marketing interno da filosofia de atendimento.” ( Barrie Hopson, Mike Scally, 1995 pág 17)

A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 58% (n=100) dos clientes entrevistados conhecem os nossos produtos pela tv através de programas de marketing, tendo coincidência na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 43% (n=100) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 31% (n=100) na primeira variável ainda a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 90% (n=100). Conheceram nossos produtos através de amigos, coincidindo com a mesma alternativa a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 80% (n=100) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 109% (n=100) falaram que os amigos fiéis é a melhor propaganda que uma empresa possui.

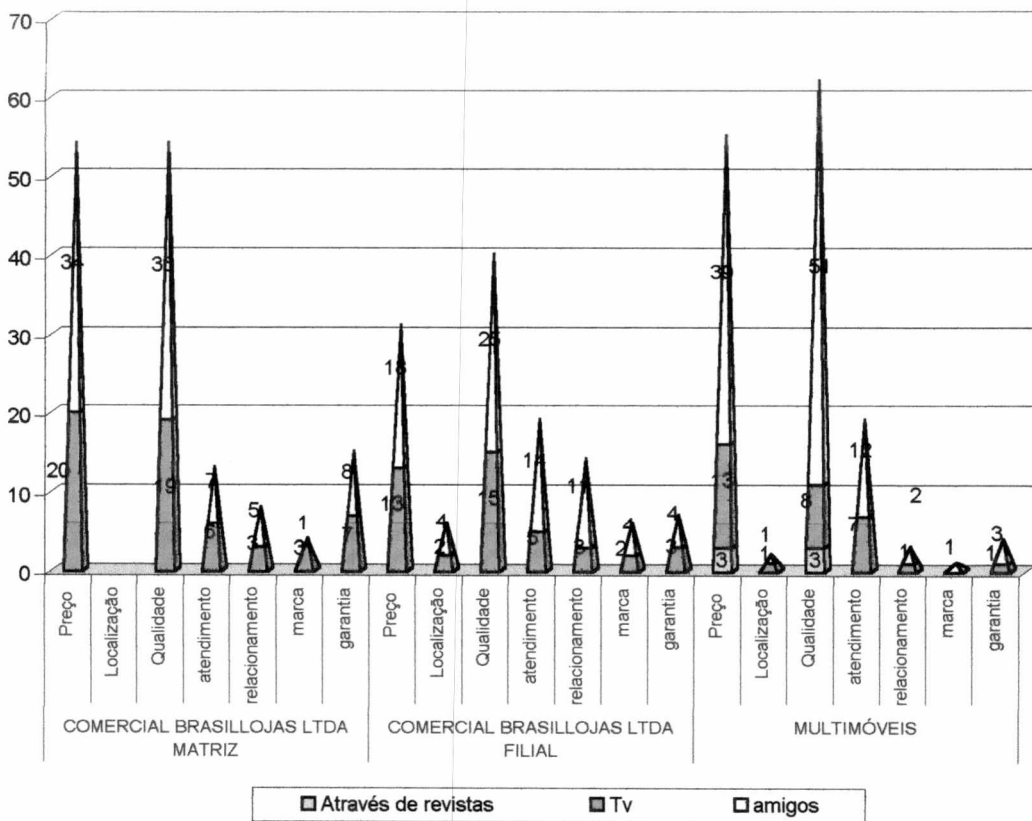
Em relação a segunda variável a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 54% (n=20) dos clientes entrevistados falaram que o preço motiva os clientes a comprar, coincidindo com a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 31% (n=13) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 54% (n=13) mencionaram os clientes que gostam dos produtos com preço baixo. Ainda com relação a segunda variável na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 54% (n=19) mantiveram que a qualidade é tudo na empresa coincidindo as duas outras empresas a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 40% (n=15) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 59% (n=8) atestaram que a qualidade é o marketing da empresa.

Dentre as empresas aqui analisadas verificamos que a empresas pesquisadas em se tratando de conhecer os produtos e a motivação da compra enfocaram a **COMERCIAL**

**BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** e a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com mais ênfase a importância de qualidade dos produtos e a empresa **MULTIMÓVEIS** concordou também com os mesmos requisitos mais com menos credibilidade.

Concluimos que as empresas oferecem para os clientes produtos de qualidade para satisfazê-los utilizando programas de marketing e motivando-os de forma eficiente a adquiri-los.

**Gráfico 4.4.4: Análise de Como você conheceu os nossos produtos X O que motiva a compra.**



Nas pesquisas realizadas na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** o que chama a atenção do cliente para entrar na empresa e se recomendaria para os amigos, 74% (n=74) responderam pelos bons serviços que a empresa oferece, destes 6% (n=6) falaram que mais chama a atenção é a higiene do estabelecimento, 3% (n=3) citaram que a higiene dos funcionários também influencia nas compras, 9% (n=9) optaram pela organização e limpeza do ambiente, 19% (n=19) acham que a qualidade no atendimento dos clientes, 14% (n=14)

relacionaram a variedade dos produtos no setor de vendas, 23% (n=23) declararam que as promoções oferecidas é um ponto para chamar a atenção dos clientes para a loja, já 86% (n=86) disseram que é pela qualidade dos produtos e serviços, 3% (n=3) mostram que a limpeza é essencial para manter a clientela, 3% (n=3) verificam que os funcionários limpos e arrumados contribuem para a obtenção de lucros, 6% (n=6) revelam que a estrutura do ambiente, 32% (n=32) detectaram que o programa de qualidade no atendimento, 21% (n=21) explicaram que as variedades de mercadorias chama a atenção e o mesmo percentual pelas promoções oferecidas na organização.

Na pesquisa feita na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL**, 49% (n=100) responderam que recomendariam a empresa pelos bons serviços prestados pelos funcionários, 5% (n=5) revelaram que a higiene da loja contribui para que os clientes entrem no estabelecimento, 1% (n=1) diz que a higiene dos funcionários favorece uma boa venda, 9% (n=9) disseram que o ambiente físico da loja influencia no bom desempenho, 13% (n=13) esclareceram que a qualidade no atendimento proporcionará a satisfação dos clientes, 13% (n=13) grandes variedades para que haja uma produção eficaz, 8% (n=8) afirmam que as promoções oferecidas agregam a competitividade, já 65% (n=100) declararam pela qualidade da empresa, 7% (n=7) opinaram pelo ambiente agradável e na utilização de técnicas que facilitam as negociações, 12% (n=12) optaram por um ambiente agradável, 11% (n=11) relacionaram que é preciso procurar incessantemente superar as suas expectativas, 20% (n=20) falaram que a diversificação de mercadorias, 15% (n=15) utilização de técnicas de vendas tornando especialistas em negociação com relação ao mercado.

De acordo com análise feita na **MULTIMÓVEIS**, 80% (n=100) dos clientes afirmam que recomenda a empresa para os amigos pelos bons serviços, 9% (n=9) avalia a higiene do estabelecimento como requisito principal, 2% (n=2) acreditam na higiene dos funcionários para conseguir um destaque, 11% (n=11) mencionaram que a organização do

ambiente é essencial para a empresa, 25% (n=25) informaram que a qualidade no atendimento é a melhor propaganda da empresa, 19% (n=19) mostraram que os clientes entram na empresa por variação de produtos de qualidade, 14% (n=14) atestaram os clientes que a promoção oferecida é muito importante para a lucratividade da empresa, onde 70% (n=100) analisaram que recomenda a empresa para os amigos pela sua qualidade em geral, 10% (n=10) identificaram a higiene do estabelecimento como fator primordial, 1% (n=1) acredita na higiene dos funcionários pela sua valorização, 7% (n=7) afirmam que a organização do ambiente valoriza o setor administrativo, 26% (n=26) utilizaram a qualidade no atendimento como o ponto de partida para o crescimento, 16% (n=16) enfatizaram que a variedade dos produtos satisfaz os clientes, 10% (n=10) relacionaram que as promoções oferecidas não podem deixar de existir.

**Tabela 4.4.5: Análise de Por que você recomenda essa empresa para os amigos X O que chama sua atenção para entrar nessa empresa**

O que chama sua atenção para entrar nessa empresa	Por que você recomenda essa empresa para os amigos					
	Pelos bons serviços		Pela qualidade		Não optou	
	C	%	C	%	C	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>						
A hig. do estabel.	6	6	3	3	-	-
A hig. dos func.	3	3	3	3	-	-
Organização do	9	9	6	6	-	-
Qualid. no atendimento	19	19	32	32	-	-
Variedade de produto	14	14	21	21	2	2
Promoções oferecidas	23	23	21	21	1	1
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>						
A hig. do estabel.	5	5	7	7	-	-
A hig. dos func.	1	1	-	-	-	-
Organização do	9	9	12	12	-	-
Qualid. no atendimento	13	13	11	11	-	-
Variedade de produto	13	13	20	20	-	-
Promoções oferecidas	8	8	15	15	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		
<b>MULTIMÓVEIS</b>						
A hig. do estabel.	9	9	10	10	-	-
A hig. dos func.	2	2	1	1	-	-
Organização do	11	11	7	7	-	-
Qualid. no atendimento	25	25	26	26	-	-
Variedade de produto	19	19	16	16	-	-
Promoções oferecidas	14	14	10	10	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		

Esta análise por que o cliente recomendaria essa empresa para os amigos e o que chama sua atenção para entrar nessa empresa nos dará subsídios de como o atendimento é fundamental para o crescimento e desenvolvimento de uma empresa mostrando a importância do administrador e desenvolvimento nas empresas de Pinheiro e sua repercussão e crescimento da clientela.

Realizamos esta pesquisa para que através dos dados coletados possamos averiguar o que leva o cliente a recomendar a empresa para outras pessoas e o que mais atrai no ato das compras e da importância do atendimento no ambiente organizacional, e levando as empresas aos lucros.

Um sistema capaz de fornecer-nos atendimento diferenciado, as empresas ao longo dos tempos vem se dedicando a satisfação do cliente através de estratégias e técnicas motivacionais para uma venda eficaz.

“Ao buscar o consumidor para seu parceiro, uma empresa pretende realizar duas operações casadas. A primeira tornando o consumidor seu cúmplice em negócio no qual ele, ao comprar o produto ou serviço, passa a ser diretamente interessado no sucesso e na reputação da marca comprada.” (Rangel Alexandre Cobra Marcos, 1991, pág.22)

A respeito do cruzamento detectamos que a empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA** com 74% (n=100) dos clientes informaram que recomendaria a empresa pelos bons serviços para o desenvolvimento organizacional, o mesmo acontece com 49% (n=100) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 80% (n=100) enquanto que na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 86% (n=100) responderam que é pela qualidade dos produtos no mercado, coincidem com a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 65% (n=100) e a **MULTIMÓVEIS** com 70% (n=100).

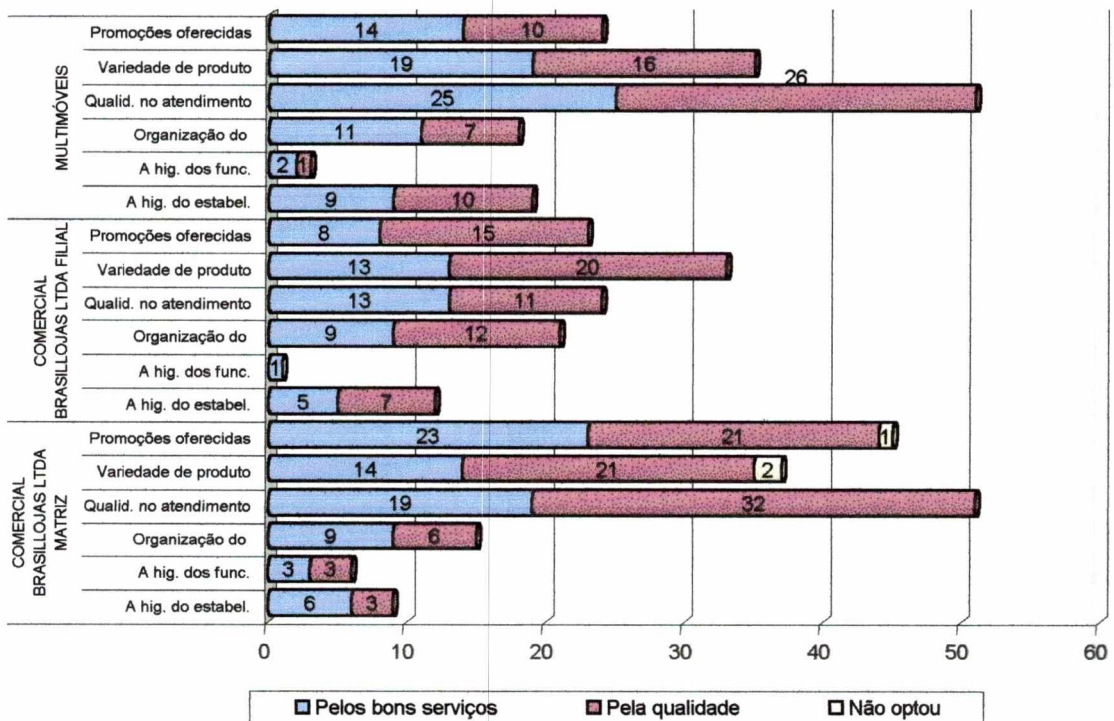
Com relação a segunda variável na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 51% (n=19) responderam o que mais chama a atenção é a qualidade no atendimento através da agilidade dos funcionários, coincidem na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com o percentual de 24% (n=13) e na **MULTIMÓVEIS**

51% (n=25) e com esse trabalho e desempenho garantem o sucesso da empresa. Enquanto que na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 37% (n=14) disseram que acreditam na variedade de produtos coincidem com a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 33% (n=13) já a **MULTIMÓVEIS** com 35% (n=19) para maior venda e resultados lucrativos.

Dentre as empresas aqui analisadas, verificamos que todas as empresas pesquisadas em tratando-se da informação da empresa e o que lhe chama mais atenção, os clientes afirmam que é o tratamento personalizado.

Concluimos que para o aumento da clientela é preciso que a empresa tenha qualidade no atendimento, variedades de produtos, para que a empresa atinja a competitividade no mercado globalizado.

**Gráfico 4.4.5: Análise de Por que você recomenda essa empresa para os amigos X O que chama sua atenção para entrar nessa empresa.**



Com esta pesquisa de grau de escolaridade e a classe social, constatamos que o

nível é fundamental para o alcance do serviço profissional. Na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** observou-se que 24% (n=100) responderam que sua classe social é baixa, 4% (n=4) possuem somente o fundamental completo, já 11% (n=11) afirmaram terem o fundamental incompleto, desse grupo 6% (n=6) tem o ensino médio completo (n=1) diz ter o médio incompleto, 2% (n=2) possuem nível superior incompleto, já 75% (n=75) mostraram que a classe social é média, 12% (n=12) falaram que cursaram o fundamental completo, 11% (n=11) disseram que possuem o fundamental incompleto, 26% (n=26) explicaram que o seu grau de escolaridade é médio completo, 2% (n=2) mencionaram médio incompleto, 6% (n=6) esclareceram que possuem o superior completo e 18% (n=18) dizem possuir o superior incompleto.

Na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL**, verificou-se que 43% (n=100) responderam que estão incluídos na classe baixa, destes 4% (n=4) possuem o fundamental completo, 9% (n=9) dizem que o nível é o fundamental completo, 13% (n=13) esclareceram que o grau de escolaridade é médio completo, já 54% (n=100) opinaram por classe média, 6% (n=6) afirmaram terem cursado o fundamental completo, 7% (n=7) falaram que o nível é fundamental incompleto e 17% (n=17) este percentual dizem que concluíram o médio completo, pois sabemos que a qualificação profissional é o auto grau de instrução são respectivamente importantes para a seleção dos recursos humanos na empresa.

De acordo com a análise feita na **MULTIMÓVEIS** foi diagnosticado que 20% (n=100) possuem baixa renda, 4% (n=4) concluíram o fundamental completo, 1% (n=1) diz possuir o fundamental incompleto, 6% (n=6) responderam que o grau de escolaridade é médio, e o mesmo percentual citaram que tem o médio incompleto, 2% (n=2) com nível superior completo, 1% (n=1) relataram cursar o superior incompleto, pois possuem maior possibilidade de crescimento profissional no mercado de trabalho. Já 70% (n=100) falaram que a classe social é média, pois 14% (n=14) concluíram o fundamental completo, 3% (n=3)

disseram que cursaram o fundamental incompleto, 31% (n=31) identificaram o ensino médio, 17% (n=17) atestaram possuírem médio incompleto, 5% (n=5) com nível superior completo e 3% (n=3) informaram que tem o nível superior incompleto, mas reconhecem que o mercado de trabalho está cada vez mais exigente com os profissionais.

**Tabela 4.4.6: Análise de Em que classe social se encontra X Grau de escolaridade**

Grau de escolaridade	Em que classe social se encontra					
	Baixa		Alta		média	
	C	%	C	%	C	%
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ</b>						
Fund. completo	4	4	-	-	12	12
Fund. Incompleto	11	11	-	-	11	11
Médio completo	6	6	-	-	26	26
Médio incompleto	1	1	-	-	2	2
Superior completo	-	-	-	-	6	6
Super. Incompleto	2	2	1	1	18	18
Outros	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		
<b>COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL</b>						
Fund. completo	4	4	-	-	6	6
Fund. Incompleto	9	9	-	-	7	7
Médio completo	13	13	1	1	17	17
Médio incompleto	15	15	-	-	10	10
Superior completo	1	1	2	2	5	5
Super. Incompleto	1	1	-	-	9	9
Outros	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		
<b>MULTIMÓVEIS</b>						
Fund. completo	4	4	-	-	14	14
Fund. Incompleto	1	1	-	-	3	3
Médio completo	6	6	1	1	31	31
Médio incompleto	6	6	-	-	17	17
Superior completo	2	2	-	-	5	5
Super. incompleto	1	1	1	1	3	3
Outros	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			<b>100%</b>		

Esta análise do grau de escolaridade e em que classe social se encontra indicará como é importante o conhecimento das mesmas para conseguir um bom rendimento dentro da organização e conseqüentemente produzir resultados satisfatórios para a empresa mostrando a importância do administrador no aperfeiçoamento e desenvolvimento nas empresas de Pinheiro e sua repercussão no crescimento da clientela.

Através dos dados coletados com esta pesquisa, poderemos ter uma avaliação das necessidades reais da informação dos dados dos clientes da empresa, pois isso proporcionará a empresa um controle mais eficaz da classe social que é mais fiel à empresa.

Pois a informação dos dados nos dará subsídios para um controle administrativo



melhor, levando em consideração as classes sociais e grau de escolaridade de cada cliente. “Nos últimos séculos, tanto a visão do conhecimento como a atuação no mundo do trabalho foram alicerçadas num ponto de vista piramidal, com sólida base conceitual.” (Escola, Dezembro, 2001).

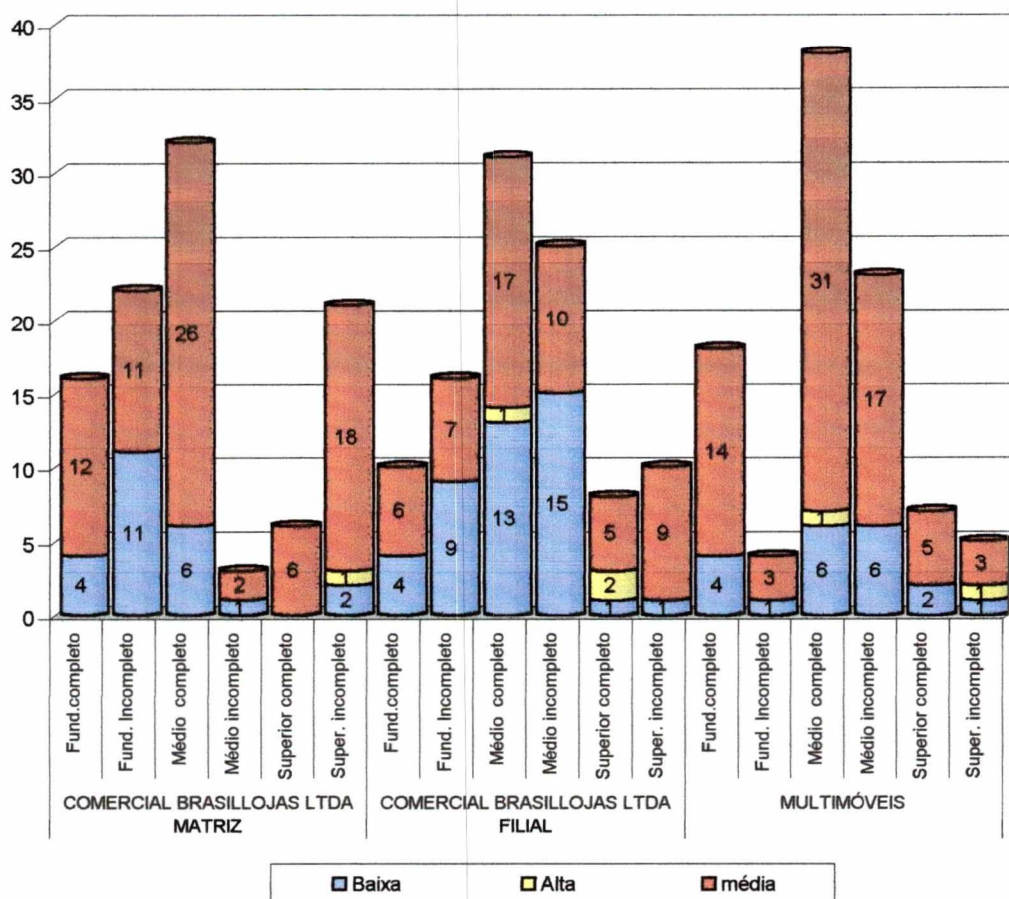
A respeito do cruzamento detectamos que na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 24% (n=100) dos clientes informaram que é baixa a classe social que se encontra na cidade de Pinheiro. Tiveram coincidência da mesma alternativa a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 43% (n=100) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 20% (n=100) dos clientes atestam que realmente possui uma renda baixa. Com relação a primeira variável a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** com 75% (n=100) informaram os clientes que pertencem a classe média de Pinheiro, tendo coincidência na mesma alternativa a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 54% (n=100) e a empresa **MULTIMÓVEIS**.

Com relação a segunda variável, a **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 22% (n=11) afirmaram que o grau de escolaridade tem o ensino fundamental incompleto, tendo uma divergência nas outras duas empresas no nível de escolaridade, já na empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** 32% (n=6) dos clientes comentaram possuir o grau de escolaridade médio completo que é o direto de todos, tendo coincidência na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 30% (n=13) e a empresa **MULTIMÓVEIS** com 38% (n=6) falaram que as pessoas devem ter o segundo grau completo. A empresa **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA FILIAL** com 25% (n=15) explicaram que seu grau de escolaridade é médio incompleto por falta de oportunidade, coincidem a empresa **MULTIMÓVEIS** com 23% (n=6) tendo uma divergência na **COMERCIAL BRASILLOJAS LTDA MATRIZ** que 1% (n=1) não adianta ter feito só pelo meio.

Dentre as empresas aqui analisadas, verificamos que todas as empresas pesquisadas em se tratando de nível de escolaridade, em se tratando de nível de escolaridade os clientes enfocaram a importância de ter ao menos o ensino médio completo.

Concluimos que para as empresas o que interessa é os clientes e funcionários possuírem ao menos o ensino médio para que eles possam ter um conhecimento melhor da empresa. Pois as classes sociais não influenciam em uma baixa renda para empresa e sim uma boa lucratividade.

**Gráfico 4.4.6: Análise de Em que classe social se encontra X Grau de escolaridade**



## 5 CONCLUSÃO

Às transformações que vem acontecendo no mundo internacional, sobre tudo no comercio, atingiu em cheio as empresas brasileiras. Por esta razão os administradores tiveram de mudar suas estruturas enquadrando-se dentro do mercado globalizado exigente e competitivo para vencê-los. A adaptabilidade a este mercado vai assegurar a permanência das organizações no ambiente que atuam, para tanto é imprescindível a implantação de políticas administrativas diferenciadas e eficientes, a fim de impulsionar a satisfação na comunicação internas e externas, tanto aos clientes quanto dos empregados.

A busca Por novas situações especiais em que o líder surge como um agente promovendo de mudanças, que juntamente com as suas equipes de trabalho buscaram meios de solucionar e apontar alternativas para a otimização das exigências impostas, e a motivações dentro das organizações para atingir os objetivos e metas, determinadas pela empresa.

Este trabalho foi realizado com a intenção de sabermos dos reais resultados das empresas e o papel do administrador que utiliza o sistema de liderança saber como o líder tem imposto as mudanças, e os meios que conseguem para influenciar as pessoas a concluir rumo as metas desejadas, e como estas convergem a se tornarem em um diferencial competitivo nas organizações que utilizam do trabalho satisfações. Identificarem possíveis falhas no processo administrativo apontando soluções cabíveis demonstram que um ambiente com um administrador motivado é mais produtivo, e trabalha também suas principais causas decorrentes das mudanças impostas, compara as satisfações dos clientes antes e depois das mudanças ocorridas, é o tipo de atendimento prestado nas organizações de forma eficaz. E ainda, das comprovações de que a forma de administrar traz grande aumento a produtividade e a qualidade melhora o atendimentos aos consumidores. “As limitações a liberdade de comunicação, as pressões à conformidade, a versão ao conflito, os desequilíbrios de poder

criar inibição na participação.” (Antonio Xavier Teles, p. 166).

Através do estudo realizado junto as empresas pesquisadas, demos comprovação de que a liderança do administrador e seu desenvolvimento no mundo globalizado acontecem em virtude da sistemática de trabalho imposto pelo mercado competitivo que vivemos e que estas são necessidades para que a organização tenha maior participação do mercado que ocupa e a seu própria sobrevivência, e que os indivíduos quando estão centrados para as necessidades de mudanças estes são produtivo, mais abertas ao dialogo e tem mais senso de responsabilidade, e estão mais propenso a colaborar para o trabalho em equipe.

“Uma organização ou mesmo um grupo de duas pessoas que se reúnem com o fim de alcançar determinado objetivo, dependem de entrosamento eficiente das peças humanas tanto quanto um automóvel, para a finalidade a que se propõem.” (Antonio Xavier Teles, p. 167)

No transcórre do estudo nos deparamos com as políticas internas impostas pelo líder com as maneiras utilizadas na comunicação com a intenção de influenciar positivamente seus lideres, onde comprovamos a eficácia destas, a constatação do dialogo no ambiente interno deu-se como um processo mais ágil que provocou maior entrosamento entre os administradores e sua equipe de trabalho, dessa feita criando-a uma área de trabalho com uma comunicação tamanha que as pessoas envolvidas transpuseram também para o atendimento, onde esta dinâmica estendeu-se pela clientela que deu a sua resposta na forma de satisfação e conseqüente fidelização. “O líder é alguém que o grupo percebe como capaz de defender seus objetivos fundamentais.” (Antonio Xavier Teles, 166).

A nossa pesquisa aborda a influencia do dialogo onde comprovamos com êxito aceitas deste não só pelos funcionários mais também Por parte dos clientes. Embora com uma certa relutância por parte de ambos, no inicio do processo de mudança, o que é típico do ser humano, mas com o desenvolvimento dos trabalhos e os benefícios vindo deste, as pessoas tiveram consciência destas prioridades das mudanças, e mostraram totalmente favorável após os ganhos em todas as suas atividades.

Comprovamos como um líder não qualificado a equipe de atrapalha o conjunto de toda a equipe de trabalho, desta forma impedindo que as pessoas dentro das organizações tenham maiores empenhos, demos ainda comprovação de que a falta de uma política de motivação e fator preponderante para que ocorra a minimização de estímulos e mais que a influência do líder ao centralizar as suas ações da participação coletiva, dando espaço a criatividade dos seus comandados, o que fica explícito neste estudo é que as empresas que possuem liderança tem um crescimento da mesma e de uma clientela fiel.

“Líderes de equipe e gerentes devem acreditar verdadeiramente que sua equipe tornará as decisões certas e que os membros de equipe querem fazer o seu melhor.” (Jeanne M. Wilson, p.78). O nosso objetivo geral foi atingido, o presente estudo nos permitiu através das pesquisas e entrevistas constatamos a importância do administrador e a liderança através da boa comunicação: o enfoque do estudo esta centrado nas satisfações dos funcionários e dos clientes internos e externos e as suas repercussões nas melhorias das organizações onde: identificamos a papel do administrador e sua liderança, suas mudanças organizacionais, demos comprovações da sua contribuição como um diferencial competitivo nas empresas, onde: o trabalho do líder empurra as organizações em direção dos caminhos certos a serem trilhados, visto este impõe uma dinâmica de trabalho que resulta em ganhos tanto na ordem pessoal quanto na ordem material. Por diversas razões; o funcionário sente-se mais a vontade para trabalhar tendo oportunidade de expandir a sua criatividade, já os externos sente-se necessidade de um atendimento qualificado comprovamos que quando a empresa trabalha em sentido usando o grupo, este assume diferenciais, que se tornará um meio de se destacar dos seus concorrentes. Os benefícios contráidos pela empresa tem seu enfoque centrado na administração que se utiliza de recursos oriundos das mudanças que surgem no dia-a-dia. Que é caracterizado por um processo que envolve comprometimentos e habilidades, e o resultado nas organizações é uma situação vantajosa. “A organização se beneficia porque o processo

aumenta a disposição dos líderes de participar do treinamento e aplicar suas novas habilidades no trabalho.” (Jeanne M. Wilson, p. 149).

A problemática foi analisada, onde possível constatar a existência da liderança do administrador como agente de mudanças, tende influenciar a comunicação interna e externa nas empresas. O trabalho nos colocou diante de várias políticas administrativas utilizadas pelos líderes onde foi esclarecido que o administrador deve ter as condições ideais para que exerça o trabalho em grupo com a liderança exercida de forma eficaz. Importa salientar que o administrador da **COMERCIAL BRASILLOJAS, COMERCIAL BRASILLOJAS FILIAL** e **MULTI MOVEIS** hoje utiliza a comunicação e a liderança democrática, sendo essas regras ótimas para os funcionários e clientes.

Por termos comprovado através deste estudo que o administrador desenvolve melhor suas atividades em grupo, concluímos que as empresas estudadas estão avançando bastante no que diz respeito a influência do administrador, verificamos que ainda que o processo se dá pelas etapas e metas a serem cumpridas, embora estas ainda tenham que melhorar ainda mais as suas bases no que incide satisfações principalmente as internas cabendo desta forma Por partes das lideranças promovem as mudanças de forma bastante cautelosa de modo a este não ter grandes impactos desfavorável motivando cada vez mais os funcionários, cliente e líder.

O administrador mostrou-se neste estudo que ele tem o poder de propiciar as condições ideais para o fortalecimento das organizações, trazendo dessa maneira a motivação necessária para melhorar a empresa, na luta por constante busca da motivação. O líder deve contribuir com seus comandados de forma a pensar por se só, ao mesmo tempo engajado o espírito de equipe. A empresa deve estar centrada na satisfação tanto interna quanto externa, de modo a dar o que o mercado quer, no tempo certo e na quantidade exata.

“O sistema de recompensa também precisa ser ajustado para levar em conta os

novos papéis dos líderes.” (Jeanne M. Wilson, p. 201). O líder deve fazer estudos frequentes do mercado para conhecer melhor o seu público alvo, além de estar atento as manobras dos seus concorrentes, assim como também, tem que ter um comprometimento com as metas a serem alcançadas, e mais, estar sempre buscando técnicas e tecnologias de ponta. Implica saber que as faltas destas políticas tornaram as empresas frágeis e a mercê do descaso. O apego às condições aqui frisadas fará com que as organizações estudadas, tenham grandes chances de terem sucesso neste mercado de risco e oportunidades. Em que somente os mais preparados tenham reais condições de ter o seu lugar ao sol.

Todos nós temos a tarefa de traduzir a visão em medidas específicas que se adaptam a nossa situação. Mas do que tudo, precisamos manter nosso censo de esperança e otimismo. Um lugar para procurar esperança é dentro de nossa própria experiência. Para muitos de nós uma das experiências de trabalho mais positivas foi tomar parte do início de alguma operação. Esse tipo de experiência parece trazer a tona o melhor de nós, possa ele envolver os administradores de nossa cidade com projetos, palestras que o pessoal se engaje em uma expansão realizando alguma idéia que tivemos. Quando estamos começando algo novo, sentimo-nos livres para criar muitas de nossas próprias regras. Criamos estruturas e procedimento que se enquadram nas necessidades das situações. Sacrificamos confortos, trabalhamos até mais tarde e todo o tempo em como fazer o projeto funcionar. Também nos mostramos dispostos a correr riscos que normalmente não correríamos. As comunicações tendem a ser muito diretas, com nossa preocupação pelo projeto superando a preocupação com as sensibilidades dos outros. Início de projetos são estressantes, penosos para a nossa vida familiar e excitantes. O que torna tão produtivo é fato de sabermos que são apenas temporários e assim, a maneira burocrática normal de operar fica suspensa. Não temos tempo ou energia para sermos políticos ou manipuladores uns com os outros.

Muitos administradores perceberam que os seus métodos burocráticos normais

tem de ser postos de lado para encorajar qualquer esforço empreendedor. Nosso próprio conhecimento nos dá gestos sobre como criar, dentro da empresa que pesquisamos, uma organização em que acreditamos. Queremos mostrar, em nossa maneira normal de administração condições que tipicamente existiram como a qualidade total da empresa. Fazemos isso sabendo que estamos enfrentando uma batalha árdua. A tragédia que vimos nos últimos dez anos de experiências e de muitos administradores bem sucedidos tem demorado de mais a aprender o que é uma empresa estruturada.

A resposta não é criar mais e mais empresas. É reservar a organização como um todo. Isto acontecerá quando cada funcionário perceber que a tarefa é de sua própria responsabilidade. Todos estamos procurando sinais promissores de que isto esteja acontecendo. Perguntam-se constantemente onde esta política positiva está sendo posta em prática. Toda organização é realmente capaz de manter um espírito de empreendedor ao longo dos anos. As soluções que nós daremos como administradores estabelecemos metas próprias e que ninguém ainda atingiu da mesma maneira, escolher o caminho da alta existência com motivação para que os funcionários fiquem com a ansiedade de progredir mas utilizaria vários tipos de treinamentos para atingir um atendimento diferenciado afim de conquistar novos clientes e que tenha maior rentabilidade nas organizações.



## REFERÊNCIAS

- KWASNICKA, Eunice Lacava, **Introdução à administração**. 5ª edição, São Paulo: Editora Atlas, 1995. 271 p.
- WILSON, Jeanne; GEORGE, Jill; WELLINS, Richard; BYHAM, William, **A liderança Zapp!** 1ª Reimpressão, Rio de Janeiro, 1957. 297 p.
- CHIAVENATO, Idalberto, **Introdução a teoria geral da administração**. 5ª edição, São Paulo, Editora Makron Books, 1997. Capítulo 10 p. (359 – 398).
- CARVALHO, Antonio Vieira; SERAFIM, Oziléa Clen Gomes, **Administração de recursos humanos**. V II, São Paulo, Editora Pioneira, 1995. 212 p.
- PILARES, Nanci Capel, **Atendimento ao cliente**, 1ª edição, São Paulo, Editora Parma, 1989. 215 p.
- RUGGIERO, Alberto, **Qualidade da comunicação interna**. Disponível em: [www.rh.com.br](http://www.rh.com.br), Acesso em: 08 de maio de 2003.
- TORQUATO, Gaudêncio, **Tratado de comunicação organizacional e política**. Disponível em: [www.gtmarketing.com.br](http://www.gtmarketing.com.br), Acesso em 03/05/03.

# APÊNDICE

## QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONÁRIOS

Este questionário é fruto de um trabalho desenvolvido por alunos da UEMA do Curso Sequencial de Administração de Negócios e tem finalidade obter dados para elaboração da pesquisa de nosso projeto voltado o papel do administrador no crescimento econômico nas empresas de Pinheiro

A sua opinião é de grande importância para a elaboração deste trabalho, contamos com a sua contribuição para assim concluirmos o nosso projeto monográfico garantindo a nossa formação como futuros Administradores de Negócios. A devolução deverá ser feita até o dia \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ na própria empresa.

<p><b>01. Qual o setor que trabalha?</b></p> <p>0101 <input type="checkbox"/> Administrativo    0103 <input type="checkbox"/> Produção                      0102 <input type="checkbox"/> Técnico            0104 <input type="checkbox"/> Informática</p> <p><b>02. Sexo?</b></p> <p>0201 <input type="checkbox"/> Masculino            0202 <input type="checkbox"/> Feminino</p> <p><b>03. Estado civil?</b></p> <p>0301 <input type="checkbox"/> Solteiro                0302 <input type="checkbox"/> Casado                      0303 <input type="checkbox"/> Divorciado        0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p><b>04. Faixa etária?</b></p> <p>0401 <input type="checkbox"/> 20 anos                0404 <input type="checkbox"/> 31 a 40                      0402 <input type="checkbox"/> 21 a 30               0405 <input type="checkbox"/> 41 a 50                      0403 <input type="checkbox"/> Acima de 50</p> <p><b>05. Escolaridade?</b></p> <p>0501 <input type="checkbox"/> 1º grau                      0502 <input type="checkbox"/> 2º grau                      0503 <input type="checkbox"/> 3º grau completo                      0504 <input type="checkbox"/> 3º grau incompleto</p> <p><b>06. Há quanto tempo trabalha nesta empresa?</b></p> <p>0601 <input type="checkbox"/> Menos de 1 ano    0603 <input type="checkbox"/> De 4 a 6 anos                      0602 <input type="checkbox"/> De 1 a 3 anos       0604 <input type="checkbox"/> Acima de 6 anos</p> <p><b>07. Em que empresa trabalha?</b></p> <p>0701 _____</p> <p><b>08. Por que trabalha nesta empresa?</b></p> <p>0801 <input type="checkbox"/> Por questão de oportunidade                      0802 <input type="checkbox"/> Pelo salário                      0803 <input type="checkbox"/> Gosta do que faz</p> <p><b>09. Ocupa cargo?</b></p> <p>0901 <input type="checkbox"/> Sim                        0902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p><b>10. Especifique</b></p> <p>1001 _____</p> <p><b>11. Qual função realiza ?</b></p> <p>1101 _____</p> <p><b>12. Gosta da sua função ?</b></p> <p>1201 <input type="checkbox"/> Sim                        1202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p><b>13. Caso afirmativo, por que?</b></p> <p>1301 <input type="checkbox"/> Satisfaz suas necessidades                      1302 <input type="checkbox"/> É o que gosta de fazer                      1303 <input type="checkbox"/> Sente-se a vontade com o que faz                      1304 <input type="checkbox"/> Acha-se preparado para o que der e vier</p> <p><b>14. Caso negativo, o que o faz continuar?</b></p> <p>1401 <input type="checkbox"/> Falta de oportunidades                      1402 <input type="checkbox"/> Não se acha preparado para mudar                      1403 <input type="checkbox"/> Tem medo de ariscar                      1404 <input type="checkbox"/> A remuneração</p> <p><b>15. Há quanto tempo exerce essa mesma função?</b></p> <p>1501 <input type="checkbox"/> Menos de 01 ano                      1502 <input type="checkbox"/> De 01 a 02 anos                      1503 <input type="checkbox"/> De 02 a 04 anos                      1504 <input type="checkbox"/> De 04 a 06 anos                      1505 <input type="checkbox"/> Mais de 06 anos</p>	<p><b>16. Você esta satisfeito com o seu líder?</b></p> <p>1601 <input type="checkbox"/> Sim                      1603 <input type="checkbox"/> Não</p> <p><b>17. Seu líder costuma motivar a equipe?</b></p> <p>1701 <input type="checkbox"/> Sim                        1702 <input type="checkbox"/> Não</p> <p><b>18. Caso afirmativo, como?</b></p> <p>1801 <input type="checkbox"/> Reuniões                1803 <input type="checkbox"/> Compartilhament                      1802 <input type="checkbox"/> Criticas                1804 <input type="checkbox"/> Valorização</p> <p><b>19. Como é o relacionamento do líder e sua equipe com os demais?</b></p> <p>1901 <input type="checkbox"/> Companheirismc    1902 <input type="checkbox"/> União                      1903 <input type="checkbox"/> Cooperação        1904 <input type="checkbox"/> Outros</p> <p><b>20. O que faz o seu líder quando a equipe não alcança as metas?</b></p> <p>2001 <input type="checkbox"/> Conversa com a mesma                      2002 <input type="checkbox"/> Assume a responsabilidade                      2003 <input type="checkbox"/> Não discute o assunto                      2004 <input type="checkbox"/> Culpa a todos</p> <p><b>21. Seu líder interage com a equipe?</b></p> <p>2101 <input type="checkbox"/> Sim                      2102 <input type="checkbox"/> Não                      2103 <input type="checkbox"/> As vezes                      2104 <input type="checkbox"/> Nunca</p> <p><b>22. Você tem um chefe ou um líder?</b></p> <p>2201 <input type="checkbox"/> chefe                      2202 <input type="checkbox"/> lider</p> <p><b>23. A empresa tem espírito de liderança com empregados?</b></p> <p>2301 <input type="checkbox"/> Sim                        2302 <input type="checkbox"/> Não                      2303 <input type="checkbox"/> As vezes                2304 <input type="checkbox"/> Nunca</p> <p><b>24. Qual a sua opinião sobre a liderança na empresa?</b></p> <p>2401 <input type="checkbox"/> Ótima                      2402 <input type="checkbox"/> Bom                      2403 <input type="checkbox"/> Regular                2404 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p><b>25. Se ótimo, justifique:</b></p> <p>2501 <input type="checkbox"/> Lidera a equipe    2502 <input type="checkbox"/> Atrai recursos                      2503 <input type="checkbox"/> Ter habilidades    2504 <input type="checkbox"/> Influência                      2505 <input type="checkbox"/> Remove Barreiras</p> <p><b>26. Se bom, justifique:</b></p> <p>2601 <input type="checkbox"/> Companheirismc    2602 <input type="checkbox"/> Cooperação                      2604 <input type="checkbox"/> Compartilha            2603 <input type="checkbox"/> Liderança                      2605 <input type="checkbox"/> Motivação            2604 <input type="checkbox"/> Comunicação</p> <p><b>27. Se ruim, justifique:</b></p> <p>2701 <input type="checkbox"/> Não motiva            2702 <input type="checkbox"/> Não incentiva</p> <p><b>28. Você considera a liderança importante para a empresa?</b></p> <p>2801 <input type="checkbox"/> Sim                        2802 <input type="checkbox"/> Não</p> <p><b>29. Caso positivo, por que?</b></p> <p>2901 <input type="checkbox"/> Aumenta os clientes                      2902 <input type="checkbox"/> Aumenta a produção                      2903 <input type="checkbox"/> Cresce os lucros                      2904 <input type="checkbox"/> Melhora a qualidade                      2905 <input type="checkbox"/> Forma equipes</p>	<p><b>30. Quais os atributos considerados para garantir o sucesso do lider?</b></p> <p>3001 <input type="checkbox"/> Ser otimista            3004 <input type="checkbox"/> Ter etica                      3002 <input type="checkbox"/> Eficaz                      3003 <input type="checkbox"/> Persistente</p> <p><b>31. Quais as soluções para o bom desempenho do seu lider na empresa?</b></p> <p>3101 <input type="checkbox"/> Cursos                      3102 <input type="checkbox"/> Divisão de tarefas                      3103 <input type="checkbox"/> Dinâmica                      3104 <input type="checkbox"/> Orientações Claras                      3105 <input type="checkbox"/> Avaliação                      3106 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p><b>32. Como você ver a comunicação interna e externa do seu lider?</b></p> <p>3201 <input type="checkbox"/> Ótimo                      3202 <input type="checkbox"/> Bom                      3203 <input type="checkbox"/> Regular                3204 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p><b>33. Como é a comunicação entre os diversos setores da empresa?</b></p> <p>3301 <input type="checkbox"/> Boa                      3302 <input type="checkbox"/> Razoavel                      3303 <input type="checkbox"/> Precisa Melhorar</p> <p><b>34. A comunicação interna e externa da empresa pode ser considerada como?</b></p> <p>3401 <input type="checkbox"/> indispensavel        3402 <input type="checkbox"/> Importante                      3402 <input type="checkbox"/> Desnecessaria       3403 <input type="checkbox"/> Outras</p> <p><b>35. A comunicação é utilizada de forma especial na sua empresa?</b></p> <p>3501 <input type="checkbox"/> Sim                        3502 <input type="checkbox"/> Não</p> <p><b>36. Caso afirmativo, por que?</b></p> <p>3601 <input type="checkbox"/> Confiança                3602 <input type="checkbox"/> Interação                      3603 <input type="checkbox"/> Equilibrio               3604 <input type="checkbox"/> Concientização</p> <p><b>37. Caso Negativo, justifique?</b></p> <p>3701 <input type="checkbox"/> Indispensável                      3702 <input type="checkbox"/> Desnecessário                      3703 <input type="checkbox"/> Sem Lógica                      3704 <input type="checkbox"/> Sem confiança                      3705 <input type="checkbox"/> Desequilíbrio emocional                      3706 <input type="checkbox"/> Inconfiavel                      3707 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p><b>38. Sua empresa possui canais de comunicação como:</b></p> <p>3801 <input type="checkbox"/> Internet                    3802 <input type="checkbox"/> Televisão                      3803 <input type="checkbox"/> Rádio                        3804 <input type="checkbox"/> Fax                      3805 <input type="checkbox"/> Telefone                3806 <input type="checkbox"/> Outros</p> <p><b>39. O sistema da comunicação externa é responsável?</b></p> <p>3901 <input type="checkbox"/> Pelo posicionamento e imagem da empresa                      3902 <input type="checkbox"/> Pela opinião pública                      3903 <input type="checkbox"/> Pela motivação de cada pessoa                      3904 <input type="checkbox"/> Pelos clientes</p> <p><b>40. é utilizz ado uma boa comunicação no atendimento ao cliente?</b></p> <p>4001 <input type="checkbox"/> Sim                        4002 <input type="checkbox"/> Não</p>
---	--	---

**41. Caso afirmativo, qual?**

4101 \_\_\_\_\_

**42. A comunicação é importante para a lucratividade da empresa?**

4201  Sim 4202  Não

**43. Caso afirmativo, Justifique?**

4301  Crescimento 4302  Rentabilidade

**44. A comunicação influencia no ato da compra?**

4401  Sim 4402  Não

**45. Caso afirmativo, como?**

4501  Motiva 4502  Induz  
4503  Conquista 4504  Outros

**46. O administrador através a comunicação costuma fazer rodízio de funções?**

4601  Sim 4602  Não

**47. Enquanto tempo o administrador deve fazer as mudanças de funções?**

4701  Até 1 ano 4702  Com 2 anos  
4703  com 3 anos 4704  Acima de 3

**48. Você acha que o administrador gera mudanças no comportamento através da comunicação.**

4801  Sim 4802  Não

**49. Você acha que o administrador deve compartilhar conhecimentos e ideias?**

4901  Sim 4902  Não

**50. O administrador cumpre um papel decisivo na empresa?**

5001  Sim 5002  Não

**51. O administrador qualificado produz maior rentabilidade para a empresa?**

5101  Sim 5102  Não

**52. Em caso afirmativo, justifique?**

5201  Controle administrativo  
5202  Sistema de comunicação interna  
5203  Conhecimento específico  
5204  Planejamento estratégico

**53. Como ocorreram as mudanças na sua empresa depois do treinamento?**

5301  Somente nos cargos de direção  
5302  Só nos cargos de gerência  
5303  Só nos cargos de supervisão  
5304  Só nos cargos operacionais  
5305  Em toda a empresa  
5306  Não houve mudanças  
5307  Outros \_\_\_\_\_

**54. Qual o nível de seus administradores?**

5401  Superior  
5402  Ensino Médio  
5403  Não informado

**55. O papel do administrador é importante para o crescimento econômico da empresa?**

5501  Sim 5502  Não

**56. Caso afirmativo, justifique?**

5601  Cientificidade  
5602  Controle total

**57. Quais os procedimentos utilizados pelo administrador para que aumente as vendas?**

5701  Capacitação de pessoal  
5702  Investimento tecnológico  
5703  Diversificação  
5704  Motivação de funcionários  
5705  Outros \_\_\_\_\_

**58. De que forma a informação influencia na administração de vendas.**

5801  Simplificando o trabalho  
5802  Criando novas formas de gerenciar  
5803  Melhora o acesso a informação  
5804  Proporciona a redução de custos

**59. O administrador ao vender os seus produtos e serviços pensa:**

5901  Na satisfação do cliente  
5902  No seu salário  
5903  No crescimento da empresa  
5904  Todas as alternativas acima

**60. O administrador é fundamental para melhorar as vendas de sua empresa de que forma?**

6001  Capacitando  
6002  Satisfazendo os clientes  
6003  Melhorando o ambiente físico  
6004  Investindo  
6004  Outros \_\_\_\_\_

**61. Quais os fatores que influenciam a produção?**

6101  Satisfação dos clientes  
6102  Eficácia nos processo  
6103  Eficiência nos processo  
6104  Criatividade  
6105  Inovação

**62. A empresa utiliza pesquisa para detectar as demandas da clientela?**

6201  Sim  
6202  Não

**63. a empresa possui um banco de dados com informações dos clientes?**

6301  Sim 6302  Não

**64. Caso afirmativo, justifique?**

6401  Cadastro em computador  
6402  Cadastro em fichas manuscritas  
6403  Outros \_\_\_\_\_

**65. Caso negativo, por que?**

6501  Acha que não é necessário  
6502  Não se prende a esses detalhes

**66. A qualidade da empresa envolve todos os funcionários?**

6601  Sim  
6602  Não

**67. Qual o procedimento da empresa diante de reclamações referente a qualidade de seus produtos e serviços?**

6701  Serviço de atendimento ao consumidor  
6702  Compromete-se a ajustar o produto ou serviço  
6703  Ressaca o cliente  
6704  Ignora o ocorrido  
6705  Analisa as reclamações  
6706  Outros \_\_\_\_\_

**68. Qual é a imagem da empresa que você trabalha?**

6801  Boa 6802  Regular  
6803  Ruim

**69. Se boa, como?**

6901  Justa 6902  Solidária  
6903  Atualizada 6904  Competitiva  
6905  Bons Preços 6906  Moderna

**70. Se ruim, por quê?**

7001  Juros altos 7002  Produtos ruins  
7003  Preços altos 7004  Má equipe  
7005  Desinformada 7006  Burocrata

**71. Você costuma receber elogio sobre a sua empresa?**

7101  Sim 7102  Não

**72. Caso afirmativo, por quê?**

7201  Por desempenhar seu papel no mercado  
7202  Por alcançar as metas  
7203  Por respeitar os clientes  
7204  Por esta sempre inovando  
7205  Por esta sempre em destaque

**73. Em sua opinião o que influencia no ato da compra**

7301  Atendimento  
7302  Preço  
7303  Qualidade do produto  
7304  Embalagem  
7305  Prazo de entrega  
7306  outros \_\_\_\_\_

**74. Qual sua opinião sobre a entrega de produtos?**

7401  Ótima  
7402  Bom  
7403  Regular  
7404  Ruim

**75. Você soluciona problemas com os clientes?**

7501  Sim 7502  Não

**76. Caso afirmativo, como?**

7601  Troca de produto  
7602  Cancelando a venda  
7603  Enviando para a assistência  
7604  Disponibilizando um novo produto  
7605  Outros \_\_\_\_\_

**77. A solução satisfaz o cliente**

7701  Sim 7702  Não

**78. Você sente-se satisfeito com a empresa?**

7801  Sim 7802  Não

**79. Caso afirmativo, justifique?**

7901  Boa remuneração  
7902  Bom relacionamento  
7903  Estabilidade  
7904  Estímulo  
7905  Segurança  
7906  Realização

**80. Você veste a camisa da empresa?**

8001  Sim 8001  Não

**81. Caso afirmativo, justifique?**

8101  Gosta da empresa  
8102  É tratado com respeito  
8103  Sente-se obrigado

## QUESTIONÁRIO PARA CLIENTES

Este questionário faz parte de um trabalho acadêmico. Você foi selecionado para colaborar conosco respondendo correta e francamente os diversos itens. Dele depende a nossa conclusão em um curso universitário, no qual nos tornaremos Administradores de Negócios, portanto você tem papel fundamental neste projeto. Será facultativa sua identificação. Desde já agradecemos sua participação.

As questões propõem alternativas sob a forma de múltipla escolha e estimativas. Os resultados da pesquisa ficarão disponíveis para a comunidade acadêmica. Estaremos recebendo as respostas até o dia \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

<p><b>1. Sexo:</b>                      0101 <input type="checkbox"/> Masculino                      0102 <input type="checkbox"/> Feminino</p> <p><b>2. Faixa etária:</b>                      0201 <input type="checkbox"/> até 20 anos                      0203 <input type="checkbox"/> De 35 a 50                      0202 <input type="checkbox"/> de 20 a 35                      0204 <input type="checkbox"/> acima de 50 anos</p> <p><b>3. Estado civil:</b>                      0301 <input type="checkbox"/> Solteiro                      0303 <input type="checkbox"/> Viúvo                      0302 <input type="checkbox"/> Casado                      0304 <input type="checkbox"/> Outros</p> <p><b>4. Escolaridade:</b>                      0401 <input type="checkbox"/> Fundamental completo                      0402 <input type="checkbox"/> Fundamental incompleto                      0403 <input type="checkbox"/> Médio completo                      0404 <input type="checkbox"/> Médio incompleto                      0405 <input type="checkbox"/> Superior completo                      0406 <input type="checkbox"/> Superior incompleto</p> <p><b>5. Em que classe social se encontra?</b>                      0501 <input type="checkbox"/> Baixa                      0502 <input type="checkbox"/> Alta                      0503 <input type="checkbox"/> Média</p> <p><b>6. Qual o setor que trabalha?</b>                      0601 <input type="checkbox"/> Funcionário público                      0604 <input type="checkbox"/> Func. de empresa privada                      0602 <input type="checkbox"/> Autônomo(a)                      0605 <input type="checkbox"/> Aposentado(a)                      0603 <input type="checkbox"/> Estudante                      0606 <input type="checkbox"/> Profissional liberal                      0607 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p><b>7. Sua renda é:</b>                      0701 <input type="checkbox"/> Até 1 salário mínimo                      0702 <input type="checkbox"/> Entre 1 e 2 salários mínimos                      0703 <input type="checkbox"/> Acima de 2 e abaixo de 3 salários mínimos                      0704 <input type="checkbox"/> Acima de 3 salários mínimos</p> <p><b>8. Quanto por cento de sua renda costuma comprometer mensalmente?</b>                      0801 <input type="checkbox"/> 5 a 10%                      0802 <input type="checkbox"/> 10 a 20%                      0803 <input type="checkbox"/> 20 a 30%                      0804 <input type="checkbox"/> 30 a 50%</p> <p><b>9. Assinale a categoria abaixo as quais você se enquadra como cliente?</b>                      9001 <input type="checkbox"/> Pessoa física                      9002 <input type="checkbox"/> Pessoa física e jurídica                      9002 <input type="checkbox"/> Pessoa jurídica</p> <p><b>10. Você é cliente assíduo ?</b>                      1001 <input type="checkbox"/> Sim                      1002 <input type="checkbox"/> Não</p>	<p><b>11. Caso afirmativo, com que frequência?</b>                      1101 <input type="checkbox"/> Diariamente                      1102 <input type="checkbox"/> Quinzenal                      1103 <input type="checkbox"/> Mensal                      1104 <input type="checkbox"/> Bimestral</p> <p><b>12. Como você conheceu nossos produtos?</b>                      1201 <input type="checkbox"/> Atraves de revistas                      1203 <input type="checkbox"/> TV                      1202 <input type="checkbox"/> Internet                      1204 <input type="checkbox"/> Amigos</p> <p><b>13. Que nota você atribui aos nossos produtos quanto a ? qualidade?</b>                      1301 <input type="checkbox"/> De 1 a 5                      1302 <input type="checkbox"/> De 6 a 8                      1303 <input type="checkbox"/> De 7 a 10</p> <p><b>14. O que levou você a escolher er este estabelecimento para as compras?</b>                      1401 <input type="checkbox"/> Indicação de terceiros                      1402 <input type="checkbox"/> Atendimento diferenciado                      1403 <input type="checkbox"/> Qualidade dos produtos                      1404 <input type="checkbox"/> Preço                      1405 <input type="checkbox"/> Bons serviços                      1406 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p><b>15. Que meio você utiliza para fazer suas compras?</b>                      1501 <input type="checkbox"/> Pessoalmente                      1502 <input type="checkbox"/> Telefone                      1503 <input type="checkbox"/> Internet                      1504 <input type="checkbox"/> Catálogos</p> <p><b>16. O que o motiva a comprar?</b>                      1601 <input type="checkbox"/> Preço                      1602 <input type="checkbox"/> Localização                      1603 <input type="checkbox"/> Qualidade                      1604 <input type="checkbox"/> Atendimento                      1605 <input type="checkbox"/> Relacionamento                      1606 <input type="checkbox"/> Marca                      1607 <input type="checkbox"/> Garantia</p> <p><b>17. J Já utilizou-se da assistência técnica da empresa ?</b>                      1701 <input type="checkbox"/> Sim                      1702 <input type="checkbox"/> Não</p> <p><b>18. Caso afirmativo, esse serviço é:</b>                      1801 <input type="checkbox"/> De má qualidade                      1802 <input type="checkbox"/> De qualidade excelente                      1803 <input type="checkbox"/> Com rapidez                      1804 <input type="checkbox"/> Com segurança                      1805 <input type="checkbox"/> Alta satisfação                      1806 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p><b>19. Você recomendaria essa empresa para os amigos?</b>                      1901 <input type="checkbox"/> Sim                      1902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p><b>20. Caso afirmativo, por quê?</b>                      2001 <input type="checkbox"/> Pelos bons serviços                      2002 <input type="checkbox"/> Pela qualidade</p>
--	---

**21. Como você avalia a qualidade dos produtos?**

- 2101  Ótima                      2102  Boa  
2103  Regular                    2104  Ruim

**22. Que achas das formas de pagamentos da empresa?**

- 2201  Ótima                      2202  Boa  
2203  Regular                    2204  Ruim

**23. Enumere as formas de pagamento que melhor atende as? suas necessidades?**

- 2301  Avista                        2302  Cartão  
2303  Cheque Pré                2304  Desconto bancário  
2305  Promissoria                2306  Outros

**24. Como você avalia o ambiente físico da empresa?**

- 2401  Ótima                        2402  Boa  
2403  Regular                    2404  Péssima

**25. O que chama sua atenção para entrar nessa empresa?**

- 2501  A higiene do estabelecimento  
2502  A higiene dos funcionários  
2503  Organização do ambiente  
2504  Qualidade no atendimento  
2505  Variedades de produtos  
2506  Promoções oferecidas

**26. No se eu ponto de vista o essencial para um bom atendimento é:**

- 2601  Percepção  
2603  Conhecimento do produto  
2603  Valorização do Cliente  
2602  Delicadeza

**27. A seu vêr, qual é o fator de maior preponderança em uma empresa para que ela consiga atrair a clientela?**

- 2701  Ambiente Agradavel  
2702  Higiene  
2703  Bom Atendiemnto  
2704  Qualidade dos preços  
2705  Qualidade dos Serviços  
2706  Outros \_\_\_\_\_

**28. Qual atendimento você mais gosta de receber?**

- 2801  Agio  
2802  Eficiente  
2803  Lento  
2804  Atencioso  
2805  Outros \_\_\_\_\_

**29. Os funcionários da empresa são qualificados?**

- 2901  Sim                              2902  Não

**30. Caso negativo, o que fazer?**

- 3001  Treinamentos                3002  Rodizio de funções  
3002  Motivação                    3002  Outros

**31. Um bom funcionários se faz através de:**

- 3101  Treinamentos constantes  
3102  Tempo de serviço  
3103  Honestidade  
3104  Boa remuneração  
3105  Bom humor  
3106  Dando-lhe responsabilidade

**32. Se a empresa fosse sua mudaria algo?**

- 3201  Sim                              2802  Não

**33. Caso afirmativo, em que área?**

- 3301  Atendimento  
3302  Preços  
3303  Ambiente físico  
3304  Variedades de produtos

**34. Você como cliente já sentiu-se injustiçado pela empresa?**

- 3401  Sim                              3402  Não

**35. Você já esteve em débito com a empresa?**

- 3501  Sim                              3502  Não

**36. Caso positivo como foi recebido na emj a empresa ?**

- 3601  Friamente  
3602  Com interesse  
3603  Não houve solução  
3604  Com grosseiria

**37. Qual a sua opinião sobre a empresa?**

- 3701  Exelente                        3702  Competitiva  
3703  Iguais as demais

**38. Que você poderia sugerir para melhor: orar**

- 3801  Maior conhecimento  
3802  Maior credibilidade  
3803  Novos investimentos  
3804  Mais motivação  
3805  Melhor divulgação dos produtos  
3806  Outros \_\_\_\_\_

**39. Quanto tempo você já esperou para ser atendido:**

- 3901  Até 10 minutos                3903  1 hora  
3902  Até 30 minutos                3904  Mais de 1 hora

**40. A empresa possui sistema de segurança?**

- 4001  Sim  
4002  Não

**41. Caso afirmativo, que acha do serviço seg o de segurança**

- 4101  Bom  
4102  Regular  
4103  Ótimo  
4104  Ruim

## ENTREVISTA PARA FUNCIONÁRIOS

- 1º) Qual a sua visão em relação a seu administrador na liderança da empresa?
- 2º) Se fosse o administrador da sua atual empresa o que faria para melhorar o fluxo de vendas?
- 3º) O líder sempre busca com eficiência meios para alcançar as metas com segurança?  
Justifique:
- 4º) O ambiente de trabalho lhe dá o grau de satisfação com subsídios para fazer boas vendas? Justifique:
- 5º) Com a qualidade do atendimento influencia para uma boa venda?
- 6º) Quais os tipos de trabalho que seu líder poderá utilizar para alcançar o resultado esperado?
- 7º) Quais as formas de gerenciamento que seu administrador utiliza na empresa?
- 8º) Uma comunicação satisfatória entre gerentes e funcionários garantirá um maior rendimento na produtividade? Justifique:
- 9º) Como seu administrador avalia seu desempenho na empresa?
- 10º) Até que ponto a motivação garante o sucesso da organização?
- 11º) Você acha que a classe social e o nível de escolaridade do seu administrador são importantes para uma boa administração na empresa?
- 12º) Você acredita no seu administrador? Qual a sua importância para você?
- 13º) Como você vê a importância do seu administrador em relação a repercussão ao crescimento da clientela da empresa?
- 14º) Quais os tipos de programas de Marketing utilizados pela empresa para garantir a fidelização da clientela?
- 15º) Como o administrador incentiva os funcionários para vender seus produtos e serviços?

## ENTREVISTA 1 – FUNCIONÁRIO 1 – EMPRESA 1

1 - **Entrevistador:** Qual a sua visão em relação a seu administrador na liderança da empresa?

**Entrevistado:** Eu acho o meu líder um grande empreendedor ele é corajoso e não tem medo de arriscar, tem bom entendimento com seus funcionários e aberto a opiniões, essa parte de arriscar Keila, eu poderia te dizer assim, ele não tem medo porque além dele administrar uma série de empresas, assim empresas diferenciadas então é empresa assim do tipo de eletro, de confecções, serraria, multimóveis, fábrica de estofados e móveis, então ele é um empreendedor que nunca tem medo de arriscar nada.

2 - **Entrevistador:** Se fosse o administrador da sua atual empresa o que faria para melhorar o fluxo de vendas?

**Entrevistado:** Qualificação melhor dos meus funcionários para dar um melhor entendimento. Por que satisfazer a necessidade dos clientes de forma consciente e seguro, com certeza será melhor do que o concorrente por isso que não precisa fazer muito. Às vezes tem pessoas que vão numa loja, vão atrás de preços, muitas vezes procuram preços, mais se ele tiver um bom atendimento ele com certeza irá numa loja onde ele foi melhor atendido, do que ir atrás de preços.

3 - **Entrevistador:** O líder sempre busca com eficiência meios para alcançar as metas com segurança? Justifique:

**Entrevistado:** Sim, ele como administrador tem grande capacidade de lidar com os objetivos da empresa de forma responsável participativo e ele seguro no que faz e com um principal objetivo a satisfação dele dentro de sua loja é satisfazer a vontade do cliente, é esse que é o objetivo dele é satisfazer a vontade do cliente com certeza, só se não quiser.



4 - **Entrevistador:** O ambiente de trabalho lhe dá o grau de satisfação com subsídios para fazer boas vendas? Justifique:

**Entrevistado:** Sim, o ambiente de trabalho é senão bastante saudável. Temos boa relação entre funcionários, com certeza com essa união e satisfação teremos bons resultados e bons progressos dentro da empresa.

5 - **Entrevistador:** Com a qualidade do atendimento influencia para uma boa venda?

**Entrevistado:** O cliente bem atendido Keila, sente-se a vontade para escolher com segurança o seu produto que deseja e hoje qualidade é ordem no mundo dos negócios, então sendo bem esclarecido com o cliente ele tem segurança de comprar aquilo que realmente ele necessita com certeza.

6 - **Entrevistador:** Quais os tipos de trabalho que seu líder poderá utilizar para alcançar o resultado esperado?

**Entrevistado:** Um trabalho participativo e organizado em todos os sentidos desde da sua criação, tanto é que hoje ele não tem uma só loja ele tem várias lojas com certeza com o trabalho muito participativo e bem organizado desde a sua criação.

7 - **Entrevistador:** Quais as formas de gerenciamento que seu administrador utiliza na empresa?

**Entrevistado:** Nós temos um gerenciamento descentralizado, onde eu tenho autonomia para deliberar sobre ações dentro da empresa no caso, ele me dá pleno autonomia de resolver os problemas quando ele não está presente dentro da empresa. Então, eu procuro fazer tudo na medida do possível de acordo com as normas que ele me passa.

8 - **Entrevistador:** Uma comunicação satisfatória entre gerentes e funcionários garantirá um maior rendimento na produtividade? Justifique:

**Entrevistado:** Através de informações entre os funcionários e gerentes e sempre procurar a satisfação do cliente buscando um bom atendimento. Com certeza se eu ver

que a loja está cheia de clientes, e os clientes estão bem satisfeitos com certeza os clientes estão satisfeitos e será bons lucros. Muito não adianta ficar um guardando para si do que conversar e ter um bom entendimento entre os outros.

9 - **Entrevistador:** Como seu administrador avalia seu desempenho na empresa?

**Entrevistado:** Eu acho que é bom, pela confiança e a credibilidade que tem no meu trabalho, por que se ele não tivesse tanto é que não me daria tanta autonomia para resolver esses problemas dentro da empresa dele, até por que eu procuro cumprir sempre com minhas funções dentro da empresa. Não pessoalmente, não mais com certeza se ele me dá esse progresso dentro da empresa dele é por que ele vê que realmente meu trabalho é satisfatório dentro da empresa.

10 - **Entrevistador:** Até que ponto a motivação garante o sucesso da organização?

**Entrevistado:** Funcionários motivados se sentem realizados com a empresa e sempre vão querer o sucesso da empresa, vamos dizer assim, por que se um elogio que eu passar para um funcionário meu, um brinde que for dá pra ele no final do mês então tudo isso é um motivo para ele se motivar muito mais, então eles irão trabalhar com satisfação, alegre com auto-estima e elevados os resultados com certeza serão positivos.

11 - **Entrevistador:** Você acha que a classe social e o nível de escolaridade do seu administrador são importantes para uma boa administração na empresa?

**Entrevistado:** Sim, porque povo educado saberá entender melhor as situações sócio-econômicas e quanto maior for nível de conhecimento do administrador, mais terá condições de administrar sua empresa, porque se ele como no caso do meu administrador ele ta buscando mais conhecimento que é pra ele. Utilizar dentro da empresa dele e com certeza terá mais crescimento.

12 - **Entrevistador:** Você acredita no seu administrador? Qual a sua importância para você?

**Entrevistado:** Sim, como gerente a capacidade e confiança.

13 - **Entrevistador:** Como você vê a importância do seu administrador em relação a repercussão ao crescimento da clientela da empresa?

**Entrevistado:** Eu vejo a importância do administrador no fator principal é ele o responsável pela política administrativa desenvolvida na empresa. É o administrador que executa as principais funções dentro da empresa, ou seja, ele é a base de tudo como no caso todas as normas que nós temos dentro da nossa empresa todas as funções são ditas por quem pelo administrador não é, então ele é a base é deles que nós temos iniciativas de formar o nosso trabalho.

14 - **Entrevistador:** Quais os tipos de programas de Marketing utilizados pela empresa para garantir a fidelização da clientela?

**Entrevistado:** Propagandas na televisão, rádios e outros mais a principal é esse tipo de propaganda que meu administrador faz com confiança e credibilidade como no caso desses bingos, sorteios e prêmios em dinheiro, o cliente ele pode até não sentir vontade de comprar mais só dele ver a propaganda faz com que ele compre porque marketing e induzir o cliente, com certeza.

15 - **Entrevistador:** Como o administrador incentiva os funcionários para vender seus produtos e serviços?

**Entrevistado:** Oferecendo produto de boa qualidade e fazendo com que todos os funcionários se sintam à vontade de trabalhar e que eles sejam bem qualificados.

## ENTREVISTA 2 – FUNCIONÁRIO 1 – EMPRESA 2

1 - **Entrevistador:** Qual a sua visão em relação a seu administrador na liderança da empresa?

**Entrevistado:** Acho que ele tem uma boa liderança até mesmo por que hoje o mercado de trabalho se torna muito competitivo e para isso, um bom líder tem que estar sempre bem informado.

2 - **Entrevistador:** Se fosse o administrador da sua atual empresa o que faria para melhorar o fluxo de vendas?

**Entrevistado:** Melhorava em termo de cursos para funcionários que participam de vendas os vendedores participam de palestras.

3 - **Entrevistador:** O líder sempre busca com eficiência meios para alcançar as metas com segurança? Justifique:

**Entrevistado:** Sim, por que se ele não procurar melhorar s metas de produtividade é claro que a empresa vai a baixo ou a empresa fecha ou provavelmente muda de funcionário. É ele, é uma pessoa eficiente e mostra cada dia mais que tem competência.

4 - **Entrevistador:** O ambiente de trabalho lhe dá o grau de satisfação com subsídios para fazer boas vendas? Justifique:

**Entrevistado:** Sim, por que hoje quando administrador me coloca no comércio a participar de algumas palestras, feiras em outros Estados, está melhorando meu conhecimento e isto vem que eu procure a aplicar tudo que eu aprendi. Sim, por que matemos uma relação de igual para igual.

5 - **Entrevistador:** Com a qualidade do atendimento influencia para uma boa venda?

**Entrevistado:** Por que um cliente que é bem atendido provavelmente ele volta, não só volta a comprar na empresa e se passando a informar para outros clientes. Pois, um

cliente bem atendido traz vários outros clientes.

- 6 - **Entrevistador:** Quais os tipos de trabalho que seu líder poderá utilizar para alcançar o resultado esperado?

**Entrevistado:** Melhorando o conhecimento dos funcionários mostrando pra eles a realidade do dia-a-dia.

- 7 - **Entrevistador:** Quais as formas de gerenciamento que seu administrador utiliza na empresa?

**Entrevistado:** Fazendo que o funcionário participe de palestras e também melhorando seu grau de instrução.

- 8 - **Entrevistador:** Uma comunicação satisfatória entre gerentes e funcionários garantirá um maior rendimento na produtividade? Justifique:

**Entrevistado:** Sim, por que desde que você tenha um bom relacionamento é claro que a comunicação é essencial para que haja uma produtividade e conseqüentemente uma lucratividade.

- 9 - **Entrevistador:** Como seu administrador avalia seu desempenho na empresa?

**Entrevistado:** Creio eu que satisfatório, várias vezes já chegou a elogiar mais também às vezes a auxiliar em algum ponto falho que tenho.

- 10 - **Entrevistador:** Até que ponto a motivação garante o sucesso da organização?

**Entrevistado:** Por que uma empresa só vai pra frente quando tem bom administrador de uma satisfação ótima entre os funcionários isto é que permaneça a harmonia.

- 11 - **Entrevistador:** Você acha que a classe social e o nível de escolaridade do seu administrador são importantes para uma boa administração na empresa?

**Entrevistado:** Sim, até mesmo por que escolaridade vem melhorar seu grau de instrução, então mostra como ele deve se dirigir ao funcionário dele, sendo que mostra a ordem que ele tem que ter responsabilidade e respeito a empresa.

12 - **Entrevistador:** Você acredita no seu administrador? Qual a sua importância para você?

**Entrevistado:** Acredito, a importância é que com uma ótima administração dele sempre vai ter a empresa que eu trabalho e tendo a empresa que eu trabalho provavelmente ele mantém como bom funcionário e garantiria a minha vaga.

13 - **Entrevistador:** Como você vê a importância do seu administrador em relação a repercussão ao crescimento da clientela da empresa?

**Entrevistado:** Boa, boa porque ao encontrar o cliente ele sempre usa uma palavra mágica, que muita gente despreza que é o bom dia, o cliente quando escuta o bom dia do dono da empresa de um administrador provavelmente ele vai ver que é uma pessoa solidária.

14 - **Entrevistador:** Quais os tipos de programas de Marketing utilizados pela empresa para garantir a fidelização da clientela?

**Entrevistado:** É porque se você tiver uma boa marca, uma boa divulgação você vai mostrar aos seus clientes quais os tipos de produtos que você tem, como você vai oferecer pra eles também você usando a internet melhora muito o conhecimento do proprietário para que ele se relacione melhor com os clientes.

15 - **Entrevistador:** Como o administrador incentiva os funcionários para vender seus produtos e serviços?

**Entrevistado:** É de uma tal maneira o seguinte porque às vezes não depende só do administrador e sim dos funcionários, por que o funcionário que atende mal ele provavelmente expulsa dois ou três clientes, o funcionário que atende bem ele não trás dois, três, ele trás dez, quinze. Sim, até mesmo conversando com os clientes dando um prazo respeitando esse prazo e a qualidade do que estamos vendendo.

## ENTREVISTA 3 – FUNCIONÁRIO 2 – EMPRESA 2

1 - **Entrevistador:** Qual a sua visão em relação a seu administrador na liderança da empresa?

**Entrevistado:** Olha, minha visão em relação ao meu administrador é uma visão boa porque o administrador sempre tenta está em contato com agente para saber o que está acontecendo na fábrica e também sobre os produtos fabricados para que nós possamos ter um bom atendimento com os nossos clientes. E nós trabalhamos no ramo de estofados e na parte de móveis de madeira. O meu produto eu avalio de uma forma que seja um produto bom, porque nós temos uma boa aceitação no mercado, temos um bom preço e a qualidade do nosso produto, até porque estamos a bastante tempo e nossos produtos são bem aceitos em todo estado.

2 - **Entrevistador:** Se fosse o administrador da sua atual empresa o que faria para melhorar o fluxo de vendas?

**Entrevistado:** Eu faria e nós teríamos mais que trabalhar com técnicas avançadas procurar o melhoramento na parte industrial com máquinas modernas e também com a capacitação de funcionários para que os nossos produtos saiam cada vez melhores e sempre também falando com nossos clientes fazendo visitas aos clientes para que eles percebam que estamos sempre atentos dando uma atenção especial para com nossos clientes.

3 - **Entrevistador:** O líder sempre busca com eficiência meios para alcançar as metas com segurança? Justifique:

**Entrevistado:** É ele sempre procurar esses meios para alcançar essas metas é uma maneira mais ágil mais eficiente de que o serviço prossiga bem e não fique parado por que hoje nós estamos num país com um crescimento avançado de tecnologias, então

sempre é louvável essa busca de capacitação, de modernização, de acompanhamento, de um líder com seus funcionários. Eu já visitei feiras, já participei de palestras, isso é um meio de que faça o funcionário sentir-se estimulado a produzir mais e a produzir melhor.

4 - **Entrevistador:** O ambiente de trabalho lhe dá o grau de satisfação com subsídios para fazer boas vendas? Justifique:

**Entrevistado:** Olha, o ambiente de trabalho dá sim, esse grau de satisfação, mas sempre falta algo mais, mas as vendas estão saindo dentro do esperado e nós estamos alcançando uma meta desejada.

**Entrevistador:** Você me respondeu que sempre falta alguma coisa a mais, me diga. Dê um exemplo o que falta para você melhorar mais suas vendas.

**Entrevistado:** Mais um curso e palestra com pessoas mais capacitadas para que nós possamos atender melhor os nossos clientes.

5 - **Entrevistador:** Com a qualidade do atendimento influencia para uma boa venda?

**Entrevistado:** Como em qualquer setor a qualidade do atendimento é fundamental para uma boa venda então nós temos que atender o cliente com clareza nas informações com atenção e falar sempre a verdade é tentar, é mostrar ao nosso cliente que o nosso produto é um produto de qualidade, mas não com informações falsas e sim informações verdadeiras por que hoje em qualquer setor a informação é a principal arma para se fazer uma boa venda.

**Entrevistador:** Dentro da sua empresa você acha que tem alguém que já deu informação errada a seu cliente?

**Entrevistado:** Até o momento não chegou ao meu conhecimento, eu acho que nenhuma pessoa deu a informação errada aos nossos clientes.

6 - **Entrevistador:** Quais os tipos de trabalho que seu líder poderá utilizar para alcançar o



resultado esperado?

**Entrevistado:** Olha, o meu líder eu acho que ele deve utilizar um contato maior com seus funcionários é dá estímulos a seus funcionários, conversar mais ser mais atenciosos, porque um líder além de tudo ele tem que ter compreensão e tem que não só dá ordem, mais também ouvir opiniões, ouvir idéias por que juntando as idéias, todo mundo sabe que sempre alguém tem uma idéia ou outra idéia, juntando todas a essas idéias, nós podemos formar um grupo forte competitivo e todo mundo trabalhando com eficiência e com vontade de trabalhar.

**Entrevistador:** Então, você acha que a reunião entre você e seu administrador é suficiente para alcançar mais lucratividade?

**Entrevistado:** Olha, a reunião não é suficiente para alcançar mais lucratividades, mas além dessas reuniões que eu acho que deve acontecer constantemente é necessário também palestras como eu já falei anteriormente e cursos para os nossos funcionários para serem mais capacitados isso hoje todo mundo sabe que em qualquer função que a gente realiza tem que ter capacitação tem que ter conhecimento e tudo que a gente aprende hoje é viável para gente na empresa e também para o nosso cotidiano.

7 - **Entrevistador:** Quais as formas de gerenciamento que seu administrador utiliza na empresa?

**Entrevistado:** Olha ele utiliza formas não diria que é a mais moderna como se pode dizer mais sempre ele entra em contato com a gente o que a gente ta fazendo, como a gente está fazendo e sempre a comunicação está havendo entre nós e nosso líder e estamos fazendo desempenhando o papel como eu diria como agradável para ambas as partes.

**Entrevistador:** Se você fosse o administrador que formas você utilizaria?

**Entrevistado:** Olha se eu fosse o administrador eu utilizaria formas que iria render mais

para a empresa e para os funcionários, mais isso requer maior conhecimento e como a gente tem um conhecimento não muito avançado seria eu acho mais ainda fazer algumas pesquisas para que a gente puder, pudesse chegar alguma forma de trabalho que a empresa iria lucrar mais e funcionários também, por que hoje a empresa ela funciona por que os funcionários estão lá trabalhando e os funcionários estão trabalhando por que a empresa está funcionando então é um ajudando o outro e os dois tem sempre que está de bem, não pode trabalhar só por trabalhar, mais sim trabalhar com prazer, trabalhar quem tá gostando e não trabalhar por que tem que trabalhar e obrigado a fazer qualquer coisa, é isso.

8 - **Entrevistador:** Uma comunicação satisfatória entre gerentes e funcionários garantirá um maior rendimento na produtividade? Justifique:

**Entrevistado:** Eu acho que sim, por que se não houver comunicação, o serviço praticamente para, então a comunicação é muito importante para o andamento de qualquer segmento de uma empresa. Hoje nós temos vários meios de comunicações mas a comunicação interna na empresa é louvável com reuniões periódicas entre gerentes e funcionários pra que ambos possam trabalhar sempre em conjunto e não um querendo fazer uma coisa, outro querendo fazer outra que na verdade isso só atrapalha.

**Entrevistador:** O seu administrador no caso o proprietário sempre está em contato com o senhor Raimundo Mendes que é o gerente do setor de estofado, e você como gerente faz reuniões com seus outros subordinados?

**Entrevistado:** Eu faço reuniões periodicamente às vezes eu faço de quinze em quinze dias, às vezes faço semanal e quando vejo que algum setor da fábrica não está funcionando como o desejado eu reúno o pessoal e sempre procurando esclarecer pra eles o que a empresa está querendo e não de uma maneira inadequada mais sim de uma maneira correta e tentando chegar em um acordo para que todas as partes sejam

beneficiadas e procurando com essa comunicação a produtividade aumentar para a nossa empresa. E eles qual a reação dos seus funcionários? A reação dos meus funcionários é sempre positiva em todas as reuniões que nós fazemos, eles dão sugestões, a gente discute alguma coisa, mais todas as sugestões que eles dão como já falei são discutidas e algumas são colocadas em práticas, outras não, mais eles entendem quando fazemos essas reuniões e alguma coisa que está errado nós tentamos consertar e até agora conseguimos existe em nosso trabalho.

9 - **Entrevistador:** Como seu administrador avalia seu desempenho na empresa?

**Entrevistado:** Olha, eu acho que ele avalia de uma forma boa, mas ele não chegou a falar diretamente pra mim, mais pelo o que eu faço e dou o melhor do que posso na empresa, eu acho que ele deve avaliar de uma forma satisfatória não diria que ótima mais pelo menos satisfatória eu acho que sim.

**Entrevistador:** Então Sr. Raimundo você acha que seu administrador deveria chamá-lo e fazer elogios a você mesmo avalia-lo?

**Entrevistado:** Olha eu acho sim, não sei se bem fazer elogios mais pelo menos falar o que ele acha do meu serviço como nós estamos trabalhando se está sendo satisfatório para ele e isso eu acho que é sempre importante ele está em contato com a gente por que a comunicação hoje é fundamental a qualquer seguimento de qualquer empresa.

10 - **Entrevistador:** Até que ponto a motivação garante o sucesso da organização?

**Entrevistado:** É hoje a gente tem que ter organização em tudo, então se a gente está motivado em nosso trabalho é muito mais fácil a gente desempenhar qualquer função, qualquer papel dentro de uma empresa, então motivação eu acho que é importante de mais para qualquer empresa.

11 - **Entrevistador:** Você acha que a classe social e o nível de escolaridade do seu administrador são importantes para uma boa administração na empresa?

**Entrevistado:** Com certeza é fundamental que o nosso administrador tenha conhecimento na área que ele atua e também em outras áreas por que hoje ninguém pode viver limitado a uma área tem que ter conhecimento de muitas outras coisas hoje nós poderíamos observar que tem muitas pessoas que são formadas em direito que tão trabalhando em outras funções, nós temos contadores que trabalham em outras funções então é importante que o administrador tenha um conhecimento amplo de tudo que está ao seu redor.

12 - **Entrevistador:** Você acredita no seu administrador? Qual a sua importância para você?

**Entrevistado:** Eu acredito, ele tem uma importância muito grande por que eu já trabalho a um bom tempo com ele, ele tem confiança em mim e eu tenho confiança nele então essa importância é muito grande.

13 - **Entrevistador:** Como você vê a importância do seu administrador em relação a repercussão ao crescimento da clientela da empresa?

**Entrevistado:** Olha, a importância do administrador para o crescimento da clientela, hoje é muito grande ele a um tempo atrás, praticamente não falava muito com a gente como funcionário mas hoje ele já chega, já conversa, já pergunta e ele está sempre em contato com os clientes e vem comunicar pra gente o que está acontecendo lá fora e sempre tentado abrir a nossa curiosidade para o mercado de hoje e nós estamos tentando acompanhá-lo eu acho ele é uma pessoa fundamental em nossa empresa.

**Entrevistador:** Então Sr. Raimundo depois que seu administrador passou a fazer a Universidade ele procurou, ele melhorou no seu relacionamento tanto com vocês como com os clientes, e com isso você acha que a clientela aumentou ainda mais?

**Entrevistado:** Olha a clientela aumentou, mas o nosso patrão, o nosso administrador ficou mais atencioso com os funcionários de uns tempos pra cá isso todo mundo deve ter notado na empresa, isso é bom para empresa e para o funcionário.

14 - **Entrevistador:** Quais os tipos de programas de Marketing utilizados pela empresa para garantir a fidelização da clientela?

**Entrevistado:** É nós usamos hoje o telefone para falarmos com os nossos clientes e tentando fazer propagandas de nossos produtos até por que ele é um produto bastante conhecido aqui no Maranhão tem uma boa aceitação mais eu acho que sempre falta alguma coisa, nós poderíamos fazer mais propaganda mais divulgação e tentar buscar novos clientes.

**Entrevistador:** Qual o tipo de propaganda de marketing que você solicita?

**Entrevistado:** Nós poderíamos colocar os nossos produtos na propaganda via Internet que hoje é um meio praticamente já no mundo inteiro, em todas as cidades do Brasil já tem Internet, e muitos clientes nossos já trabalham com Internet, e hoje pela Internet o cliente compra, o cliente vende, o cliente pesquisa, então isso seria um dos meios para que nosso produto seja mais conhecido no Maranhão, no Brasil e até no mundo inteiro.

15 - **Entrevistador:** Como o administrador incentiva os funcionários para vender seus produtos e serviços?

**Entrevistado:** Olha ele sempre dá um incentivo pra gente, sempre fala de alguma coisa quando ele percebe que tem alguma coisa errada, mas também ele sempre preza pela qualidade de nosso produto, então hoje o nosso administrador conversa com a gente coisa que a tempo atrás acontecia muito raramente, isso é um incentivo para o funcionário que seu administrador chega conversa, pergunta como está as coisas o que ta fazendo, se ele gosta do que ele ta fazendo, então hoje o funcionário trabalhando em contato direto com seu administrador ele se sente motivado para exercer suas tarefas com eficiência e fazendo como eu disse não por obrigação mais sim por que ele gosta de fazer e está se sentindo motivado a fazer não só na empresa mais fora também, o nosso administrador conversa com a gente dando atenção, então isso não se restringe apenas a

empresa, mas em qualquer lugar que ele encontra a gente.

**Entrevistado:** Sr. Raimundo Nonato Mendes nós terminamos de entrevista-lo e muito obrigado pela sua atenção.