

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA.
CURSO SEQUENCIAL DE ADMINISTRAÇÃO DE NEGÓCIOS

MÁRCIO MURILO SILVA RODRIGUES
ROSELI DE JESUS CORREA
ROZENILDE DOS ANJOS CORREA LOBATO

**A INTERVENÇÃO ATIVA DOS FUNCIONÁRIOS DO BANCO DA
AMAZÔNIA DE PINHEIRO-MA. COMO FATOR RELEVANTE NA
QUALIDADE DO ATENDIMENTO**

Pinheiro
2004

MÁRCIO MURILO SILVA RODRIGUES
ROSELI DE JESUS CORREA
ROZENILDE DOS ANJOS CORREA LOBATO

**A INTERVENÇÃO ATIVA DOS FUNCIONÁRIOS DO BANCO DA
AMAZÔNIA DE PINHEIRO-MA. COMO FATOR RELEVANTE NA
QUALIDADE DO ATENDIMENTO**

Monografia apresentada ao Curso Seqüencial
de Administração de Negócios da
Universidade Estadual do Maranhão como
requisito para obtenção de graduação em
Administração.

Pinheiro
2004

Correa, Roseli de Jesus

A intervenção ativa dos funcionários do Banco da Amazônia S/A de Pinheiro-MA. como fator relevante na qualidade do atendimento/Roseli de Jesus Correa, Rozenilde dos Anjos Correa Lobato e Marcio Murilo Rodrigues.- Pinheiro, 2004.

182f.:it

Monografia (Graduação em Administração de Negócios) – Universidade Estadual do Maranhão, 2004-07-08

1. Satisfação do cliente 2. atendimento 3. Percepção dos empregados I. Lobato, Rozenilde dos Anjos Correa II. Rodrigues, Marcio Murilo III. Título.

CDU: 658.56.012:336.7-051

MARCIO MURILO RODRIGUES
ROSELI DE JESUS CORREA
ROZENILDE DOS ANJOS CORREA LOBATO

**A INTERVENÇÃO ATIVA DOS FUNCIONÁRIOS DO BANCO DA
AMAZÔNIA DE PINHEIRO-MA. COMO FATOR RELEVANTE NA
QUALIDADE DO ATENDIMENTO**

Monografia apresentada ao Curso Sequencial
de Administração de Negócios da
Universidade Estadual do Maranhão como
requisito para obtenção de graduação em
Administração.

Aprovado em:

30/11/2004

BANCA EXAMINADORA



Profª Aldimar Bottentuit (Orientadora)
Especialista em Metodologia do Ensino Superior
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

“Fazei vos amar e não temer”.

(Dom Bosco).

Dedico este trabalho especialmente:
A todos os educadores, que colaboraram na
formação da pessoa como protagonista, na
construção da história e da própria vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que me amou por primeiro, concedendo-me o dom da vida.

A Jesus, Mestre, caminho, Verdade e Vida.

A minha família, que detém o meu amor incondicional e que soube entender os momentos de ausência, me apoiando e ensinando a ser mais paciente no decorrer desta caminhada.

Aos meus amigos, em especial aos que integram a minha equipe, que quiseram partilhar esse momento de vitória.

A todos que, de alguma maneira, direta ou indiretamente contribuíram para o nosso crescimento intelectual.

RESUMO

No atual processo de globalização que ocorre, notadamente nas áreas comercial e tecnológica, entre os países emergentes os de primeiro mundo, a Normalização e a Garantia da Qualidade são duas técnicas imprescindíveis para o desenvolvimento de uma organização, vocacionada à colocação de produtos no mercado, que superem as expectativas dos clientes ou à prestação de serviços de excelência à sociedade. Particularmente hoje, a competição está cada vez mais acirrada, podendo surgir em qualquer momento e lugar, significando, pois, que as empresas quer sejam estatais ou multinacionais, não podem sentir-se excessivamente confiantes com as posições competitivas conquistadas - fatias de mercado, credibilidade. É pois, nesse cenário que o presente trabalho propõe enfatizar a total satisfação do cliente no que tange ao atendimento. A preocupação no setor ocupa posição de destaque no Brasil, onde algumas empresas já possuem certificação pela ISO 9000 o grande diferencial justamente está no encantamento ao cliente, aquilo que não se espera e é surpreendido pela nossa ação. Propõe ainda o estreitamento do relacionamento da empresa com o cliente, avaliando constantemente o grau de satisfação em relação ao produto ou serviço através de indicadores quantitativos. Descreve os registros e conclusões do levantamento que teve por objetivo verificar se, a partir das percepções do empregados do Banco da Amazônia S/A, as decisões estratégicas adotadas pelos seus dirigentes, nos últimos anos, contribuíram ou não para satisfação do cliente e aumento da competitividade organizacional. Teve como objetivo também, demonstrar que a motivação e liderança são resultados de atitudes de uma administração de recursos humanos voltada para a satisfação e bem estar de seus funcionários, tomando por base as recompensas e benefícios oferecidos ao empregados. Torna-se, portanto inegável a importância de investir-se no Homem e no meio no qual vive para que, com a qualidade na prestação dos serviços fornecidos ao cliente, uma determinada empresa poderá, cada vez mais, galgar os degraus do sucesso, pois sempre terá um nível forte de competitividade. É fundamental ressaltar a importância da participação do cliente interno na aplicação do processo, o qual sem dúvida seria o principal multiplicador na organização.

Palavras - chave: satisfação do cliente, atendimento de qualidade, percepção do empregado.

ABSTRACT

In the current globalization process that happens, especially in the areas commercial and technological, among the emergent countries the one of first world, the Normalization and the Warranty of the Quality are two indispensable techniques for the development of an organization, vacationed to the placement of products in the market, that you/they overcome the customers' expectations or to the excellence services rendered to the society. Particularly today, the competition is more and more intransigent, could appear in any moment and place, meaning, therefore, that the companies want they are state or multinational, they cannot feel excessively confident with the conquered competitive positions - market slices, credibility. It is because, in that scenery that the present work intends to emphasize to the customer's total satisfaction in what it plays to the attendance .A concern in the section it occupies prominence position in Brazil, where some companies already possess certification for ISO 9000 the great differential exactly it is in the enchantment to the customer, that that is not waited and it is surprised by our action. It still proposes the narrowing of the relationship of the company with the customer, constantly evaluating the satisfaction degree in relation to the product or service through quantitative indicators. It describes the registrations and conclusions of the rising that he/she had for objective to verify, starting from the employees' of the Bank of Amazonian S/A perceptions, the strategic decisions adopted by your leaders, in the last years, they contributed or not for the customer's satisfaction and increase of the competitiveness organizational. He/she/you had as I also aim at, to demonstrate that the motivation and leadership are resulted of attitudes of an administration of human resources gone back to the satisfaction and well to be of your employees, taking for base the rewards and benefits offered to the employees. He/she/you becomes, therefore undeniable the importance of investing in the Man and in the middle in which lives so that, with the quality in the installment of the services supplied the customer, a certain company it will be able to, more and more, to jump over the steps of the success, because he/she will always have a strong level of competitiveness. It is fundamental to point out the importance of the internal customer's participation in the application of the process, which without a doubt it would be the principal multiplier in the organization.

Words - key: the customer's satisfaction, quality attendance, the employee's perception.

LISTA DE TABELAS

Tabela 3.3.1	Universo analisado na Pesquisa de Campo	67
Tabela 3.3.2	Amostra selecionada na Aplicação de Questionário	68
Tabela 3.4.1	Universo analisado na Pesquisa Estudo de Caso	69
Tabela 3.4.2	Amostra selecionada na aplicação de entrevista da empresa Banco da Amazônia S/A	70
Tabela 3.4.3	Amostra selecionada na aplicação de entrevista da empresa Lar Center	71
Tabela 4.1	Análise entre o sexo e a idade dos funcionários	73
Tabela 4.1.1	Análise entre a área de atuação e a escolaridade dos funcionários	76
Tabela 4.1.2	Análise sobre os procedimentos e os treinamentos realizados na empresa.....	81
Tabela 4.1.3	Análise sobre o bom atendimento e a proatividade	85
Tabela 4.2.1	Análise entre os benefícios e a remuneração dos funcionários	89
Tabela 4.2.2	Análise entre as melhorias na empresa e a fadiga	93
Tabela 4.2.3	Análise sobre a motivação e o comprometimento da empresa com seus seus funcionários	98
Tabela 4.3.1	Análise entre os beneficiados e os objetivos da empresa.....	102
Tabela 4.3.2	Análise entre a compreensão dos funcionários e a transmissão de metas nas empresas.....	105
Tabela 4.3.3	Análise dos planos futuros e a preferência pela empresa.....	108
Tabela 4.4.1	Análise da rapidez no atendimento e a informatização na empresa	112
Tabela 4.4.2	Análise dos objetivos individuais da empresa e da sua eficiência	116
Tabela 4.4.3	Análise da participação dos funcionários e o compromisso com a empresa	120
Tabela 4.4.4	Análise da preferência pela empresa e da qualidade dos produtos.....	123

Tabela 4.4.5 Análise entre a satisfação com o atendimento e a preocupação dos funcionários com o cliente	126
Tabela 4.4.6 Análise entre os benefícios e os serviços de auto-atendimento.....	130
Tabela 4.5.1 Análise da renda mensal dos funcionários e aquisição de produtos da empresa	133
Tabela 4.5.2 Análise sobre o desenvolvimento social e a nota da empresa junto aos clientes	136
Tabela 4.5.3 Análise sobre a imagem da empresa e a relação de atendimento	140

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico: 4.1	Análise entre o sexo e a idade dos funcionários.....	76
Gráfico: 4.1.1	Análise sobre a área de atuação e a escolaridade dos funcionários.....	80
Gráfico: 4.1.2	Análise sobre os procedimentos e os treinamentos realizados na empresa ..	83
Gráfico: 4.1.3	Análise sobre o bom atendimento e a proatividade.....	87
Gráfico: 4.2.1	Análise entre os benefícios e a remuneração dos funcionários	91
Gráfico: 4.2.2	Análise entre as melhorias na empresa e a fadiga	97
Gráfico: 4.2.3	Análise sobre a motivação e o comprometimento da empresa com seus seus funcionários.....	101
Gráfico: 4.3.1	Análise entre os beneficiados e os objetivos da empresa	103
Gráfico: 4.3.2	Análise entre a compreensão dos funcionários e a transmissão de metas nas empresas.....	107
Gráfico: 4.3.3	Análise dos planos futuros e a preferência pela empresa	110
Gráfico: 4.4.1	Análise da rapidez no atendimento e a informatização na empresa	115
Gráfico: 4.4.2	Análise dos objetivos individuais da empresa e da sua eficiência	118
Gráfico: 4.4.3	Análise da participação dos funcionários e o compromisso com a empresa	122
Gráfico: 4.4.4	Análise da preferência pela empresa e da qualidade dos produtos	125
Gráfico: 4.4.5	Análise entre a satisfação com o atendimento e a preocupação dos funcionários com o cliente	129
Gráfico: 4.4.6	Análise entre os benefícios e os serviços de auto atendimento.....	132
Gráfico: 4.5.1	Análise da renda mensal dos funcionários e aquisição de produtos da empresa	135
Gráfico: 4.5.2	Análise sobre o desenvolvimento social e a nota da empresa junto aos	

clientes..... 139

Gráfico: 4.5.3 Análise sobre a imagem da empresa e a relação de atendimento..... 143

LISTA DE SIGLAS

OIT – Organização Internacional do Trabalho

PQN - Prêmio Nacional da Qualidade

NBR – Norma Brasileira

ISO – International Organization for Standardization

BASA - Banco da Amazônia S/A

PDCA - Plan do Chek Action

TQM - Total Quality Management

5S - Seiri, Seiton, Seisou, Seiketsu e Shitsuke

MA – Maranhão

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

BSI – British Standards Institution

INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

LISTA DE FIGURA

Figura 2.1.1: Ciclo do PDCA-----34

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 INTRODUÇÃO	18
CAPÍTULO 2 REVISÃO DA LITERATURA	32
2.1 Histórico da Qualidade	32
2.2 Gestão da Qualidade nas Empresas	35
2.3 Enfoques e Evolução do Conceito de Qualidade	38
2.3.1 Foco no produto	41
2.3.2 Qualidade e Estratégica	42
2.3.3 Foco nos resultados	43
2.4 Princípios da Qualidade	43
2.4.1 Qualidade centrada no cliente	45
2.4.2 Liderança	45
2.4.3 Melhoria contínua	45
2.4.4 Envolvimento das pessoas	45
2.4.5 Enfoque proativo e resposta rápida	46
2.4.6 Visão de futuro.....	46
2.4.7 Gestão baseada em fatos.....	46
2.4.8 Responsabilidade Social	46
2.4.9 Foco nos resultados	47
2.4.10 Abordagem sistêmica da empresa e gestão de processos.....	47
2.5 Qualidade em Serviços	47
2.6 Política de Qualidade no Banco da Amazônia S/A	49
2.6.1 Quadro Funcional da Agência Pesquisada.....	56
2.7 5S s ou Senso	56

2.8	Importância da Qualidade nas Empresas	58
2.9	Família ISO 9000	60
2.10	Reflexos do Mau Funcionamento da Qualidade	64
CAPÍTULO 3 METODOLOGIA		65
3.1	Pesquisa Bibliográfica	65
3.2	Pesquisa Documental	65
3.3	Pesquisa de Campo	65
3.3.1	Universo e Amostra.....	66
3.3.2	Procedimentos para Coleta de Dados.....	67
3.3.3	Instrumentos Utilizados.....	67
3.3.4	Sujeitos Entrevistados.....	67
3.4	Pesquisa Estudo de Caso	68
3.4.1	Universo e Amostra.....	68
3.4.2	Procedimentos para Coleta de Dados.....	69
3.4.3	Instrumentos Utilizados.....	69
3.4.4	Sujeitos Entrevistados.....	70
CAPÍTULO 4 ANÁLISES E DISCUSSÕES		71
4.1	Análise das avaliações de desempenho dos funcionários das empresas em estudo	75
4.2	Detectando fatores que repercutem na desmotivação funcional nas empresas ... 87	
4.3	Comparação de problemas operacionais e comportamentais que interferem no crescimento das empresa	100
4.4	Identificação dos pontos que interferem na melhoria do atendimento	110
4.5	Comprometimento da empresa com os colaboradores e seus reflexos no atendimento	131

CAPÍTULO 5 CONCLUSÃO	143
REFERÊNCIAS	150
APÊNDICES	155

CAPÍTULO 1 INTRODUÇÃO

Em uma época de complexidades, mudanças e incertezas como a que atravessamos hoje, as organizações tornaram-se uma das mais importantes áreas da atividade humana. Vivemos em uma civilização no qual o esforço cooperativo do homem é a base fundamental da sociedade e a tarefa básica da organização é de fazer as coisas de maneira eficiente e eficaz.

Por isso, acompanhar essas constantes mudanças e tendências dos mercados têm sido um dos grandes problemas para as organizações que buscam a satisfação plena dos seus clientes, através da oferta de produtos e serviços. O ritmo das mudanças é tão rápido que acaba necessariamente, determinando o sucesso ou fracasso dos objetivos e estratégias organizacionais.

Desta forma, monitorar o ambiente externo e adaptar-se rapidamente a realidade do mercado para atender às necessidades e desejos dos clientes é a “chave” para a sobrevivência, manutenção e crescimento organizacional. Enfim, nesse ambiente altamente globalizado e competitivo não há fórmulas prontas para obter sucesso empresarial. O que há são decisões estratégicas acertadas, diante de peculiaridades específicas moldadas a partir do monitoramento de cenários em que as organizações estão inseridas.

O primeiro aspecto que deve ser levado em consideração por quem deseja melhorar a qualidade do atendimento em sua empresa é o tratamento dispensado aos próprios empregados. Para que estes atendam com presteza seus clientes, devem receber de seus superiores um tratamento igualitário.

De acordo com Branca Maria Sampaio (1999, p. 36):

O empresário deve encarar todos os empregados, ainda que de maneira informal, com o mesmo respeito dispensado aos clientes. A partir daí, deve-se fazer com que todos os quadros da empresa, desde o sócio - proprietário até a linha de frente, tomem consciência de que existe uma etapa do processo econômico que só as pessoas podem fazer: o encantamento do cliente.

Essa mesma visão parece ter Kotler, quando afirma que, a estratégia vitoriosa implementada por uma organização num determinado período não é garantia de sucesso em outro, pois na medida em que o ritmo das mudanças se acelera, as empresas não podem mais confiar, necessariamente, apenas em suas antigas práticas de negócios, para manter a prosperidade.

Deste modo nosso tema é a intervenção ativa dos funcionários do Banco da Amazônia S/A, como fator relevante na qualidade do atendimento.

Nestes termos, o mercado competitivo e a concorrência são uma das causas para a busca incessante de armas que possam ajudar as empresas a conquistar os consumidores de produtos e serviços. E uma dessas armas é a qualidade, não somente do atendimento, mas total, obtida através da participação ativa dos colaboradores de todos os setores da empresa.

O modelo participativo baseia-se em práticas gerenciais, voltadas para resultados e participação da equipe operacional, na possibilidade de contribuir para melhoria da qualidade global (de vida, de condições de processos, e de produtos) e para o incremento da produtividade.

Uma organização que não dispõe da participação ativa de todos os empregados é um alvo fácil para os ataques da concorrência e fica vulnerável aos olhos críticos dos clientes, que são cada vez mais exigentes com relação aos serviços prestados por essas organizações.

As mudanças observadas pelo mundo nos levaram a adequarmos às necessidades do mercado, promovendo ações na busca da melhoria continua. Atualmente as empresas precisam de pessoas pensantes, que saibam agir em certas situações, e sejam dotadas de conhecimento técnico, fundamental no mundo da informática, além de dominar a tecnologia conheçam o negócio, saibam auscultar os clientes e atender suas necessidades.

Assim, nossa problemática consiste avaliar em que medida a motivação dos funcionários como fator proeminente para a realização de trabalhos participativos visando

ascendência de cargos tem influenciado no comprometimento das pequenas empresas com os clientes internos e externos na cidade de Pinheiro -MA, nos últimos quinze meses?

Deste modo resolvemos investigar até que ponto as empresas estão comprometidas com seus funcionários? E de que forma estas têm contribuído para a satisfação dos mesmos?

Naturalmente, a criação de motivação para os empregados vai além das recompensas salariais, promoções e eventos, aspectos apenas estimuladores de um comportamento proativo, envolve a realização dos valores como qualidade dos serviços e apoio do ambiente de trabalho. Motivação é um processo endógeno, responsável pela intensidade, direção e persistência do esforço de uma pessoa para atingir uma determinada meta.

Segundo David há três bases motivacionais, primeiro, as pessoas motivadas por realização, são orientadas para tarefas, procuram continuamente a excelência, apreciam os desafios significativos e satisfazem-se ao completá-los. Enquanto, os indivíduos motivados por afiliação, desejam estabelecer e desenvolver relacionamentos pessoais cultivar a cordialidade e afeto em suas relações, estimulando o trabalho em equipe. Finalmente aqueles motivados pelo poder, apreciam exercer influência sobre as decisões e o comportamento dos outros, fazendo com que estes atuem de maneira diferente do convencional, utilizando-se da dominação ou carisma. Gostam de competir e vencer e de estar no controle das situações.

Neste contexto observou-se que para uma empresa lograr êxito é necessário praticidade e o foco de pessoas satisfeitas, liderança e a firmeza de indivíduos, a sinergia e empatia daqueles inseridos na afiliação.

No entanto, nosso trabalho tem como objetivo geral mostrar como o comprometimento das empresas com seus funcionários gera auto-motivação entre os mesmos repercutindo na sua participação ativa nas empresas.

Deste modo, as pessoas e as organizações tem sido constringidas a viver sob pressão na procura de algo que lhes permita dominar novos desafios. O trabalho parece estar perdendo a centralidade na vida das pessoas como referencial de auto-estima.

Antigamente a preocupação era descobrir o que se deveria fazer para motivar as pessoas, atualmente o discurso organizacional sobre o assunto desloca-se, não aceitando mais a suposição de que o trabalho seja por natureza desagradável e discutindo que ao contrário, ele realmente tem sentido para as pessoas à medida que as mesmas se reconheçam naturalmente envolvidas por ele. A motivação é considerada agora como um aspecto intrínseco às pessoas. Entretanto, apesar do reconhecimento da importância de fatores internos, as empresas percebem que pouco ou nenhum acesso têm a este mundo interior, e a preocupação volta-se para a seguinte questão: se não posso saber o que motivar, posso saber o que satisfaz os funcionários de uma empresa, pois, um fator de satisfação pode agradar pessoas porque atendem os mais diferentes anseios. Mas a verdadeira motivação só é efetivamente alcançada, quando os colaboradores conseguem realizar suas necessidades e seus objetivos de vida, dentro e através da própria empresa. Isto só é possível em ambientes em que a confiança e a lealdade estejam no centro das relações, onde prevaleça a ética e o respeito mutuo entre as pessoas, onde haja esforço contínuo para compatibilizar objetivos pessoais com os objetivos empresariais.

Pois não se constrói nada duradouro sem a integração da inteligência das motivações e da contribuição criativa e solidária das pessoas.

Nestes termos, temos com primeiro objetivo específico, analisar as avaliações de desempenho dos funcionários das empresas em estudo.

Entretanto a avaliação ou administração de desempenho é um método que , visa, continuamente, estabelecer um contrato com os funcionários referente aos resultados desejados pela organização, acompanhar os desafios propostos, corrigindo os rumos, quando

necessário e avaliar os resultados conseguidos.

Esta é uma apreciação sistemática da performance de cada pessoa no cargo e o seu potencial de crescimento futuro. Avaliar o comportamento de um funcionário não está ligado somente ao estímulo salarial, mas ao desenvolvimento individual e organizacional possibilitando através da mensuração do desempenho tomar decisões quanto a promoções, ajustes salariais e treinamentos, para o alcance dos resultados. Este processo feito de forma clara e objetiva trará muitos benefícios. Para a organização tais benefícios refletirão nos dados sobre o desempenho organizacional, no planejamento de Recursos Humanos, em uma melhor comunicação e aumento de motivação.

Desta forma, a participação do funcionário no processo de avaliação de seu potencial, é a oportunidade dada ao empregado para conhecer seus pontos fortes e fracos, e de tomar ações para melhorar o seu desempenho se necessário. O “feedback” irá proporcionar o retorno sobre o trabalho desenvolvido e funcionará como guia para ações futuras.

Deste modo, a avaliação de desempenho faz com que a empresa seja homogênea em seus objetivos presentes e futuros, pois, o funcionário por mais operacional que seja estará ciente das metas de seu cargo e conseqüentemente terá uma visão mais global da organização e da importância de cada atividade para que esta obtenha sucesso.

Neste sentido utilizaremos como exemplo a escolaridade e área de atuação, onde a competência individual e empresarial, tanto no tocante ao emprego quanto aos produtos e serviços, já não se desenvolve num mercado nacional ou regional, mas sim num mercado global. Nesta nova sociedade o que adquire valor é o conhecimento e seu constante desenvolvimento, que se expressa através de novas tecnologias e serviços.

No que se refere aos treinamentos e procedimentos, podemos afirmar que as empresas estão passando por uma grande transição em virtude da globalização e da tecnologia. A quebra de paradigmas transformou pessoas em seres humanos mais exigentes

com os produtos e serviços oferecidos no mercado. Para superarmos as expectativas de nossos clientes internos e externos precisamos buscar a melhoria continua que inclui a uniformidade de informações, integração das equipes de trabalho, prestação de serviços de qualidade, entre outras necessidades.

Deste modo, nosso segundo objetivo específico é detectar os fatores que repercutem na desmotivação funcional nas empresas.

Podemos observar que o mercado como um todo tem evoluído dentro de alguns padrões. As empresas sabem trabalhar com recursos e com os processos, mas não aprenderam a lidar com pessoas, a individualidade de cada um e as relações existentes entre as mesmas, por isso verifica-se existência da insatisfação, frustração e principalmente o trauma.

Para trabalhar na solução das reais causas da desmotivação e insatisfação é preciso, mais do que uma boa motivação externa, respeitar o indivíduo como ser humano, com paixões, sonhos, talentos e competências únicas. Incentivá-lo a ter objetivos de vida, a desenvolver as competências para colocá-los tais sonhos em práticas. Ainda fornecer as ferramentas, treinamentos intercalados com a prática do próprio trabalho, para que as idéias se transformem em ações.

Desta forma as propostas e os caminhos se tornam claros para todos, eliminando o desconforto e ansiedade, trazendo uma nova postura entre os líderes e liderados, abrindo espaço para a inspiração e o autodesenvolvimento.

Para melhor esclarecimento do assunto em pauta, citamos a remuneração e os benefícios.

Antes de mais nada, a remuneração estratégia é uma forma de ligação com a realidade, um vínculo com a nova realidade das organizações que atuam num mercado globalizado e competitivo. E este vínculo se dá de duas maneiras: primeiro esta remuneração não se baseia somente no presente e sim na visão de futuro da empresa; segundo além das

responsabilidades são considerados aspectos como, reconhecimento, habilidades, competência, desempenho, resultado e evolução da carreira.

È também um catalisador para a convergência de energia na organização. À medida que o sistema de remuneração é alinhado ao contexto e a estratégia da empresa constitui-se num componente de motivação e harmonização de interesses contribuindo para a construção de significados compartilhados e ajudando a gerar visões comuns. Sendo, que os benefícios tem impacto direto sobre a qualidade de vida dos funcionários, influenciando sobre a sua segurança atual e futura e sua condição de sobrevivência. Além disso, sua importância advém do impacto sobre a imagem da empresa na comunidade. Eles também podem ser uma vantagem competitiva, ajudando a empresa a atrair e reter os profissionais que deseja.

No que diz respeito a fadiga e melhoria na empresa, considerando-se que socialmente, o homem está inserido em um sistema de vida acumulador de todo o tipo de tensões, principalmente no trabalho, devido à competitividade pela maior qualificação, tudo isso associado a um a convulsão de valores mais fundamentais na sociedade o indivíduo, conseqüentemente, torna-se vulnerável a alterações físicos-psicológicas próprias do estado de fadiga e até mesmo o stress.

Assim, do ponto de vista científico a fadiga é entendida como redutor da eficiência pela diminuição gradual da resistência por efeito de solicitações repetidas..

O reflexo dessa situação não se dá apenas a nível pessoal, como irritabilidade, insatisfação, baixa-estima, mas atinge também a produtividade da pessoa no seu campo de trabalho.

Diante dessa realidade e ameaça as empresas buscam melhorias no setor de trabalho através de treinamentos e acompanhamentos médicos que garantam o bem-estar físico e psicológico dos seus empregados.

Na visão de Gretz (2001, p. 02):

As pessoas precisam saber que aquilo que fazem tem importância. Desejam responsabilidade. Como disse Eric FROM “sentir-se útil torna-se uma condição de equilíbrio da personalidade humana”. Desta forma, ser produtivo não é um dever do homem, mas um direito. E a organização precisa conceder-lhe esta oportunidade.

Nestes termos nosso terceiro objetivo específico é identificar os fatores que interferem na melhoria do atendimento ao cliente.

Desta forma, o atendimento ao público é uma atividade complexa, sua simplicidade é apenas aparente. Trata-se de uma atividade social mediadora que coloca em cena a interação de diferentes sujeitos em um contexto específico, visando responder a distintas necessidades. A “tarefa do atendimento” é, freqüentemente, uma “etapa terminal”, resultante de um processo de múltiplas facetas que se desenrola em um contexto institucional, envolvendo dois tipos de personagens principais: o funcionário (atendente) e o usuário.

O caráter social do atendimento se manifesta, sobretudo, pela via da comunicação entre os participantes, dando visibilidade às suas necessidades, experiências expectativas. Assim, esse serviço é um processo resultante da sinergia de diferentes variáveis: o comportamento do usuário a conduta dos funcionários envolvidos (direta ou indiretamente) na situação, a organização do trabalho e as condições físico-ambientais/instrumentais. Tais fatores funcionam como propulsores desse processo, alimentando a dinâmica de transformações internas e externas das situações de atendimento sob a base de regulamentações permanentes.

Para melhor compreensão do texto salientamos a informatização e rapidez no atendimento. Nessa perspectiva, as empresas para serem competitivas e se firmar no mercado precisam atualizarem-se constantemente e acompanhar as tendências na área tecnológica.

A informática transformou-se em importante ferramental tecnológico à disposição do homem para promover o desenvolvimento econômico e social, pela agilização do processo de decisão e pela otimização da utilização dos recursos existentes. È ela que dinamiza os processos de produtividade, competitividade, circulação de mercadorias, administração das

organizações e responde pelo fenômeno da globalização no mercado. O sucesso desta reside no espetacular aumento da eficácia, pela agilidade no atendimento, das informações e dos clientes.

È oportuno comentar sobre a eficiência e os objetivos individuais nas organizações.

Deste modo os objetivos influem no comportamento das pessoas, pois são resultados específicos, que se pretende alcançar em um determinado período de tempo.

Daí os objetivos que as organizações procuram atingir e os que individualmente cada participante pretende alcançar.

Para Banard, o indivíduo é eficaz quando seu trabalho consegue atingir os objetivos das organizações e eficiente quando o trabalho consegue alcançar os objetivos pessoais. Assim sendo, é difícil ser eficaz e eficiente ao mesmo tempo, podendo haver conflito entre o indivíduo e a organização devido a incompatibilidade entre a realização de ambos.

Chris Argyris (2000, p.83), conclui que:

É possível a integração das necessidades individuais de auto-expressão com os requisitos de produção de uma organização. E esta em vez de reprimir o desenvolvimento e potencial do indivíduo pode contribuir para a sua melhoria, visto que a vida e os objetivos de ambos estão inseparavelmente entrelaçados.

Temos como último objetivo específico verificar o comprometimento da empresa com seus colaboradores e seus reflexos no atendimento.

Assim sendo, a empresa socialmente comprometida não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores consolidados na Legislação Trabalhista e nos Padrões da OIT (Organização Internacional do Trabalho) ainda que esse seja um pressuposto indispensável. A empresa precisa ir além, e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento de suas relações com os mesmos. Também é necessário, estar atenta para o respeito às culturas locais,

revelado por um relacionamento ético e responsável com as minorias e instituições que representam seus interesses. Deve considerar seus funcionários como sócios desenvolvendo uma política de remuneração, benefícios e carreira que valorize as competências potenciais de seus colaboradores e invista em seu desenvolvimento profissional. Além disso, precisa monitorar a amplitude de seus níveis salariais com o objetivo de evitar mecanismo de má distribuição de renda e geração de desigualdades sociais.

A conscientização é a base fundamental para o desdobramento das intenções da empresa em ações que alinhem seus interesses aos dos trabalhadores.

Os programas de gestão participativa incentivam o envolvimento dos empregados na solução dos problemas da empresa. Esta deve possibilitar que os empregados compartilhem seus desafios o que também favorece o desenvolvimento pessoal e profissional e a conquista de metas estabelecidas em conjunto

Para maior clareza do assunto salientamos a preocupação do funcionário e satisfação do cliente com o atendimento.

Dado o fato de que a competitividade cada vez mais acirrada, a situação econômica-financeira que vivemos e o novo perfil do consumidor tem obrigado as empresas, em todos os setores, a se reestruturarem e se preocuparem constantemente com os resultados. Tal preocupação tem levado estas à permanentes revisões em suas estratégias de marketing, custos, processos, métodos, tecnologias e serviços oferecidos, sempre buscando uma melhor qualidade.

Um fator que tem sido decisivo na obtenção de resultados eficazes é o ajuste do foco no negócio da organização, terceirizando e estabelecendo parcerias, possibilitando, por parte dos mantenedores, uma maior preocupação com a qualidade de real produto/serviço, visando atender às necessidades e expectativas de seus clientes, e ainda a conquista de novos. A verdade é que para conquistar, agradar e fidelizar o cliente, é preciso ouvir suas

expectativas e satisfações.

No que diz respeito a relação de atendimento e imagem da empresa, verificamos que a falta de uma visão global nas organizações tem levado muitos dirigentes a esquecerem que o aspecto mais importante para a conquista da excelência é a satisfação da equipe, fator relevante para a gestão de qualidade.

A preocupação com a satisfação do cliente externo tem gerado um certo esquecimento da relação do cliente interno com o seu ambiente de trabalho ou clima organizacional.

Não se pode transmitir qualidade quando o próprio meio em que ela é processada não revela excelência.

A relevância de tal fato está presente também nas organizações que avaliam e certificam a qualidade. O critério 5.3 do Prêmio Nacional da Qualidade (PNQ), "Bem - estar e Satisfação dos Funcionários", aborda o ambiente e o clima motivacional de trabalho e a maneira pela qual a organização promove o bem-estar, a satisfação e o desenvolvimento de todos os funcionários. A NBR ISO 9000, em sua nova versão contempla significativamente este aspecto.

O clima organizacional constitui o meio interno da organização e reflete a interação entre as características pessoais e organizacionais, onde as estruturas e processos do sistema organizacional dão lugar a um determinado clima, em função das percepções de cada um que induz a comportamentos, que por sua vez, incluem na organização.

A preocupação pela conquista das metas, e conseqüentemente do sucesso organizacional, não é exclusividade do setor privado. O setor público, pressionado pela sociedade, busca o desempenho estatal. É cada vez maior o interesse dos dirigentes públicos em querer adotar uma dinâmica empresarial nos mesmos moldes do setor privado.

Entre as organizações estatais, onde são observados esses fenômenos, destacam-se

as sociedades de economia mista, especificamente as instituições financeiras. Esse tipo de organização se caracteriza pela inserção de duas variáveis: a primeira é a que está vinculada ao governo, seu maior acionista. A segunda é que adota, ao mesmo tempo, princípios empresariais de natureza privada, pelos quais são guiadas as suas atividades de produção e avaliado seu desempenho.

Portanto, em função de sua natureza jurídica, devem buscar, necessariamente, desempenho organizacional, traduzido em taxas de retorno sobre investimentos realizados. Para isso, devem vender produtos e/ou serviços diretamente aos órgãos e entidades públicas, que poderão utilizá-los nas suas atividades estratégicas, táticas e operacionais. Com isso, direta e indiretamente, a população estará, também, pagando e beneficiando-se dos mesmos, uma vez que poderá utilizá-los via órgãos públicos.

No intuito de verificar essas manifestações na realidade concreta, considerou-se importante estudar esses fenômenos no âmbito de uma empresa de economia mista, notoriamente conhecida e reconhecida, cujos objetivos e diretrizes tem como escopo primeiro o desenvolvimento da Região Amazônica, estando diretamente ligada ao Ministério do Interior, que o Banco da Amazônia S/A, mais conhecidos dos nortista e nordestinos por sua sigla BASA.

Como uma empresa de economia mista, o BASA realiza ações para administração direta e indireta, não só do Governo Federal como de todos os Estados da Amazônia Legal e alguns da Região Nordeste, tendo, ainda, Agências nas principais capitais brasileiras de outras regiões, como São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Criado na década de 40, mas precisamente em 1942, o BASA passou por várias administrações que implementaram diferentes estratégias de atuação frente à clientela, uma vez que em cada período de gestão, a organização foi conduzida por diferentes administradores indicados pelo governo federal.

Desde 1966, o BASA iniciou um novo processo de mudanças organizacional que estabeleceu, entre outras coisas, uma nova postura estratégica perante a clientela, além da reorganização de sua estrutura, tornando-se, portanto, um dos pioneiros na preocupação com a qualidade no atendimento aos clientes, através da ação de seus funcionários.

Diante dessa perspectiva, procurou-se investigar e descrever as conseqüências dos processos decisórios do BASA, a partir da análise da qualidade do atendimento e dos produtos e serviços, para descobrir o nível ou grau de satisfação dos seus clientes, tendo como parâmetro as opiniões e percepções dos seus empregados.

Berry (1996, p. 45), é solidário com esse tipo de estratégia, pois, entende que as pesquisas entre empregados tornam possível a avaliação da qualidade dos serviços internos. O autor considera que:

Os empregados são as únicas pessoas que podem avaliar a qualidade dos serviços internos, pois ela afeta a qualidade dos serviços externos. Desse modo, a qualidade é essencial para se medir a primeira, não apenas a última. Os levantamentos de informações entre empregados ajudam a expor as causas dos serviços de baixa qualidade. Eles vêem mais do que os clientes e sob um ponto de vista diferente e vantajoso. Além disso, em função da intensa exposição ao sistema de execução ou fornecimento de produtos e/ou serviços, podem perceber falhas no sistema antes dos clientes.

Para efetiva realização deste trabalho utilizamos pesquisa bibliográfica para termos uma ampla visão sobre o assunto abordado; pesquisa documental; pesquisa de campo inclui questionário com perguntas dicotômicas e tricotômicas e na pesquisa estudo de caso a entrevista semi-estruturada.

Este trabalho está dividido em cinco capítulos que apresentam matérias relevantes para realização da pesquisa. Inicialmente, o primeiro capítulo refere-se a introdução com uma visão global do tema.

O capítulo dois inclui a revisão literária que nos apoiamos nos escritos de renomados autores como Philip Kotler, Leonardo L. Berry e Juran.

O capítulo três define os procedimentos metodológicos incluindo pesquisas e a

caracterização do objeto de estudo.

No quarto capítulo apresenta-se análises e discussões dos dados coletados através dos questionários aplicados nas empresas em estudo. Por fim, o capítulo cinco, apresenta as conclusões alcançadas tendo em vista os objetivos propostos e as dificuldades encontradas.

O trabalho que ora apresentamos, mostra na prática como a ação conjunta dos funcionários do Banco da Amazônia S/A, é relevante no atendimento ao cliente, registrando os principais mecanismos adotados nesse processo, cuja missão é “ser o principal Banco da Amazônia, promovendo o desenvolvimento integrado da Região, através de recursos de fomento, produtos e serviços, visando à satisfação da sociedade, clientes e acionistas”.

Desta forma os beneficiados não serão somente os clientes e a população pinheirense mas toda a baixada ocidental maranhense.

CAPÍTULO 2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Histórico da Qualidade

Desde os primórdios da civilização há registros da utilização da Qualidade, quando o homem procurou o que fosse melhor ou o que mais se adequasse às suas necessidades. Pode-se olhar a construção das pirâmides, a arquitetura de diversos povos antigos, o desenvolvimento de fórmulas matemáticas e outros que marcaram a história. Este período histórico, segundo Paladini (1995) "pode ser caracterizado pela alta qualidade e padrões para artes em geral e arquitetura de extrema precisão na Grécia; em Roma, igualmente destacam-se os modelos arquitetônicos, a notável qualidade em construções de alvenaria e a engenharia de estruturas".

A inspeção foi marcada primeiramente na Idade Média pelos artesãos e artífices que eram responsáveis pela fabricação de seus produtos com qualidade. Naquela época foram definidos "padrões rudimentares da qualidade para bens e serviços e níveis básicos de desempenho da mão de obra, tendo sido determinadas as condições gerais para o trabalho humano".

Para Barçante (1998), esta época foi marcada pela "quantificação dos custos da Qualidade" Juran (1951), pelo "controle Total da Qualidade" Feigenbaun (1956), pelas "técnicas de confiabilidade" desenvolvidas por indústrias aeroespacial, eletrônica e militar, e pelo "programa Zero Defeito" Grosby (1961).

Desta forma surgiu no Japão "o conceito de círculos da qualidade, dentro de um modelo que viria mais tarde a ser conhecido como a "abordagem participativa da qualidade" Paladini (1995).

Para Aidar (1994) a qualidade incorpora um sentido mais amplo, que extrapola

a qualidade do produto, e o comprometimento de todos os membros da organização passa a ser indiscutível.

Neste sentido a preocupação com a qualidade, tão comum nos dias atuais, remonta ao final do século XVIII e início do século XIX. Os processos de produção da época eram de pequena monta e vinculada aos artesãos com suas produções em pequena escala eram responsáveis pela confecção e ao mesmo tempo pela qualidade do produto fabricado. Com a massificação da produção surgiram os sistemas de inspeção. Taylor desenvolveu os fundamentos da administração científica criando a função de inspetor sendo este responsável pela qualidade do produto, mantendo-os iguais e uniformes. A inspeção completa de todas as peças tornava os procedimentos demorados e onerosos tanto para o fabricante quanto para os compradores. Um grupo de pesquisadores liderados por Shewart, Edwards e outros, inclusive Juran e Deming criaram técnicas de controle de processo produtivo que permitiram reduzir ao mínimo o número de peças defeituosas ou fora de especificação além de desenvolver técnicas de inspeção por amostragem surgindo então o controle estatístico de processos. Entre 1950 e 1960 a prevenção passou a ser analisada sendo que as técnicas empregadas foram além das ferramentas estatísticas incluindo conceitos, habilidades técnicas gerenciais. A era da gestão pela qualidade total surgiu no final da década de 70, com a crise do petróleo aliada ao aumento da participação de produtos de alta qualidade da indústria japonesa. Nesta era na qual continuamos, a qualidade é encarada como o atendimento a satisfação do cliente permitindo as empresas a sobrevivência, ampliação de participação no mercado e competitividade. Desta forma a gestão pela qualidade deve ser utilizada em todas as áreas das empresas sejam elas fábricas, comércio ou prestadores de serviços.

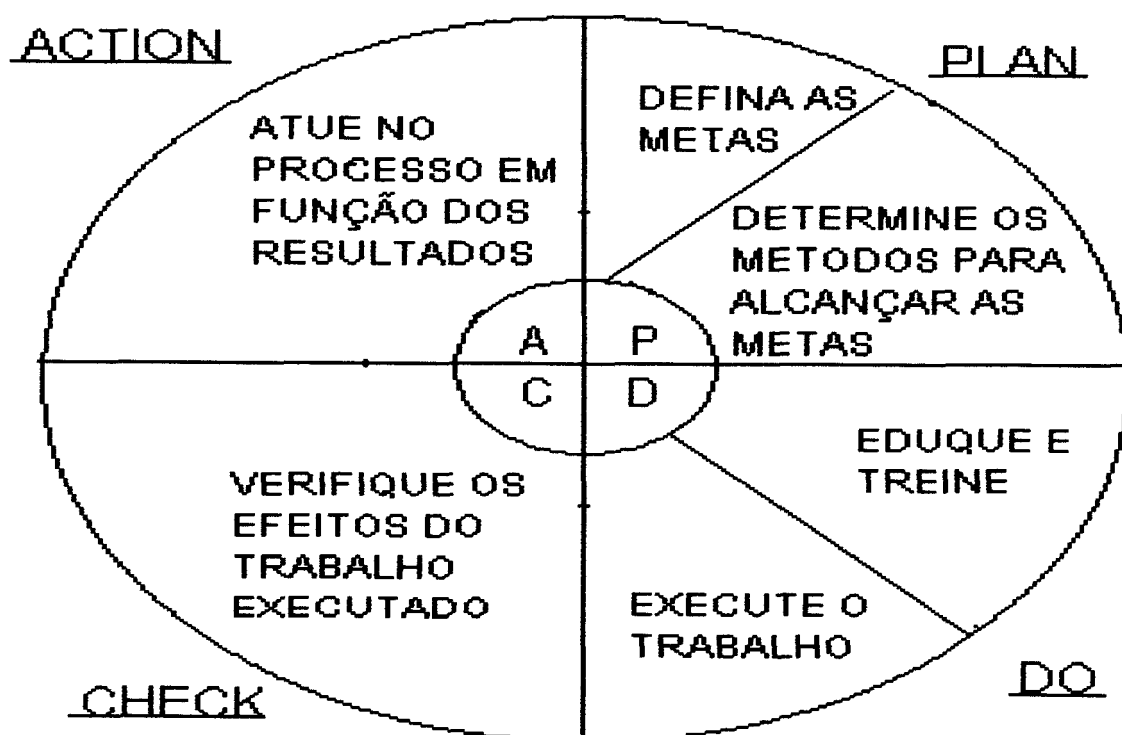
Com o desenvolvimento tecnológico, produzir produtos de qualidade não garante sobrevivência à organização, isto porque a acentuada concorrência advinda com a globalização nivela os fabricantes e todos tendem a produzir bens com os mesmos níveis de

qualidade. O que irá diferenciá-las é a qualidade do serviço prestado.

Nóbrega & Costa Neto (1999), traçam uma integração de conhecimentos da área de gestão da qualidade e conceitos da gerência de serviços.

Para os autores: “as abordagens para a Gestão da Qualidade têm sua atenção, em geral voltada para a manufatura. O modelo clássico de controle de qualidade teve seu desenvolvimento e aplicação fortemente voltados às organizações que têm como resultado principal de seus processos a produção de bens. A evolução do controle de qualidade nos aponta hoje abordagem de Gestão da Qualidade Total, que, pela generalidade e abrangência, pretende ser aplicável também as empresas cuja predominância de atuação se relaciona a prestação de serviços”. Estabelecem ainda a comparação do ciclo PDCA para os processos manufaturados com o PDCA de serviços.

Figura 2.1.1: Ciclo do PDCA



O ciclo PDCA (Plan, Do, Chek, Action) constitui-se numa das metodologias mais utilizadas nos processos de Gestão da Qualidade Total. Podemos dizer, baseados em Ishikawa apud Nóbrega & Costa Neto (1987), que o PDCA constitui a essência do controle da qualidade, na medida em que, para qualquer processo, na fase de planejamento (PLAN), há que se estabelecer metas, definir os métodos necessários para alcançar as metas desejadas. Na fase da execução (DO), deve ser realizado o processo de capacitação das pessoas e demais recursos do sistema operacional, e em seguida, parte-se para a execução propriamente dita. Esta deve ser realizada de forma a coletar dados, para permitir a verificação dos resultados, que constitui a fase seguinte (CHEK); a última fase (ACT) consiste da ação visando corrigir o mau resultado identificado na fase anterior. Assim quando se verifica o resultado de um processo qualquer, estamos verificando a qualidade deste processo.

2.2 Gestão da Qualidade nas Empresas

A implantação de um programa de qualidade não é mais privilégio apenas das grandes empresas. Juran (1997), afirma que a qualidade no início do século XX, já era uma preocupação das pequenas fábricas. Segundo ele, o proprietário da época, além de ser o artesão mestre, determinava como o trabalho deveria ser feito, fazia o planejamento da qualidade, treinava os operários e verificava os resultados. Atualmente, esta preocupação é muito maior pelas próprias condições do mercado.

Segundo Feigenbaun (19197), no centro da aceleração das vendas e do aumento da participação das empresas no mercado internacional, estarão o respeito, a capacidade de resposta rápida e uma compreensão profunda sobre o cliente global altamente exigente. Além disso o processo de globalização permite, a estes clientes escolherem melhor os produtos.

Esta realidade faz parte das empresas do mundo todo, principalmente da empresa

brasileira, dada a meta de desenvolvimento e melhoria da qualidade de vida estabelecida pela sociedade brasileira. Desta forma, as empresas estão em busca de melhores padrões de gestão.

Deming (1990) e Juran (1997), destacam que um dos fatores fundamentais para o sucesso é o comprometimento da alta administração, pois, normalmente envolve alterações profundas de estrutura e comportamento, que deve ser conduzido com segurança, liderança e participação. Esse comprometimento somente se dá, a partir do momento em que o empresário tem consciência efetiva de que, através da qualidade ele pode obter resultados como:

- Segurança de mercado;
- Criação de novos negócios;
- Redução de custos;
- Conquista de novos mercados;
- Clima de incentivo, motivação e participação;
- Direcionamento da empresa para o cliente;
- Obtenção de retorno compensador.

O mercado em que atuam as empresas é extremamente competitivo. Por isso a empresa precisa fazer frente a concorrência, mantendo e ampliando sua lista de clientes, principalmente nos dias atuais, em que o mercado cresce em qualidade e produtividade, em função da globalização. O consumidor moderno, mais consciente, torna-se cada vez mais exigente e com maior poder de escolha. Assim, estas empresas precisam ter segurança neste mercado e buscar a conquista de outros para seus produtos atuais e um desenvolvimento, que lhes garantam novos mercados.

Com a concorrência acirrada é fundamental a redução de custos associados à melhoria da qualidade e produtividade. Isto somente é possível de forma sólida e consistente, com um programa bem estruturado que solucione os problemas de toda a empresa, e não

apenas dos setores deficientes.

O empresário moderno deve buscar o envolvimento, participação e a integração de todos os trabalhadores, através de um relacionamento de parceria para que se sintam integrantes do negócio, gerando motivação e melhores condições de vida, através de salários justos, saúde, educação e moradia. Assim sendo, os empregados sentem-se comprometidos com o futuro da empresa, dividindo responsabilidades.

Quanto ao direcionamento da empresa para satisfação do cliente, este compromisso estreita os laços da empresa com sua clientela, em permanente e sistemática troca de informações. Interessa a empresa conhecer em profundidade como é aceita sua atual linha de produtos e serviços e a possibilidade de preencher outras expectativas com inovações e/ou desenvolvimento de outros produtos e serviços, mantendo-se na vanguarda de seu segmento de mercado. Entretanto, ao contrário do que normalmente se pensa, a gestão pela qualidade não significa apenas produção de um bem ou serviço perfeito, e sim a satisfação total do cliente, atendendo suas expectativas em prazos adequados a preços competitivos e, se possível surpreendendo o cliente com algo não esperado. Desta forma, entender o significado do termo "qualidade" muito contribui para o sucesso empresarial.

No que se refere ao retorno compensador a empresa pode obter lucratividades, sem que isso signifique necessariamente preços mais elevados para o consumidor. A gestão pela qualidade traduz-se em maior faturamento em função de maior demanda por produtos e serviços que provocam a satisfação total, redução de custos, decorrentes do ganhos de produtividade nos processos produtivos e motivação dos empregados.

Apesar de todas essas vantagens, a busca pela qualidade não pode ser simplesmente o objetivo da organização, mas premissa básica para gerenciar com eficiência e eficácia. Isto significa o envolvimento estruturado e organizado de todas as pessoas em todo o processo produtivo de um produto ou serviço. E por isso, mais e mais as empresas vêm

procurando implementar este processo de gestão que garante, além da competitividade, a sobrevivência da empresa.

2.3 Enfoques e Evolução do Conceito de Qualidade

A literatura, apesar de farta, deixa a desejar quando se refere à utilização deste conceito na produção de melhores e mais adequados produtos para os clientes, que segundo Deming (1990), são aqueles que definem, para a empresa, o significado da qualidade.

Com esta visão, entender o conceito deste termo contribui para o sucesso da implantação de um programa da qualidade. Em várias empresas este entendimento determina todo o esforço da organização, no sentido da satisfação do cliente.

Enfim a palavra qualidade tem vários significados, dependendo de como é utilizada. Para um engenheiro, qualidade significa aderência perfeita e conformidade às especificações e padrões de referência do projeto do produto. Zero defeito é o nome atribuído quando essas especificações e padrões são plenamente atendidos. Para um estatístico, qualidade significa o menor desvio padrão possível em relação à média aritmética mediana ou qualquer medida estatística de posição. Variância zero é o nome atribuído quando isso ocorre. Mas para uma dona de casa, a qualidade tem um outro significado completamente diferente. Como cliente ou consumidora, ela quer um produto ou serviço que satisfaça as suas necessidades pessoais, algo que resolva seus problemas.

Juran (1991), definiu a qualidade como sendo "adequação ao uso". Esta clássica definição significa dizer que, para o cliente, o importante é a adequação do produto ou serviço ao uso pretendido, a um preço que possa pagar. É amplamente utilizada na literatura por renomados autores e empresas que estão envolvidas com programas de controle total de qualidade e melhoria contínua. Porém, outras definições podem ser consideradas:

Segundo Feigenbaun (1957), qualidade é a determinação do cliente, não da engenharia do marketing e nem da alta administração. A qualidade deve estar baseada na experiência do cliente com o produto e serviço medidos através das necessidades percebidas que representem uma meta no mercado competitivo.

Segundo Almeida (1991), é um conceito de fácil entendimento e operacionalização, além de permitir sua incorporação ao nível estratégico da empresa .

Para a produção de um produto ou serviço, recorre-se ao conceito elaborado por Crosby (1985), para quem a qualidade representa conformidade com as especificações. Isso significa que para produzir um produto ou serviço adequado ao uso, é preciso transformar esta adequação em especificações entendidas pela estrutura produtiva da empresa.

Segundo Csillag (1958), um produto de qualidade na visão do consumidor, é aquele que atenda às necessidades e que esteja dentro de sua possibilidade de aquisição, isto, é preço justo, pois "o valor corresponde ao menor sacrifício ou dispêndio de recursos para o desempenho de determinada função, tanto para o fabricante quanto ao usuário".

Mason (1960), também define qualidade como conformação aos requisitos." Qualidade não apenas o que nós fazemos mas o que pode ser visto e aplicado por todos dentro da organização".

Porém, um produto pode atender a todos os requisitos e, mesmo assim, não ser adequado na visão do cliente. No mercado atual, o cliente é o rei, e se o produto não estiver de acordo com as suas expectativas, ele pode optar por outras marcas.

Por isso Caplan (1961), diz que um sistema de qualidade deve objetivar maximizar a satisfação do cliente, assegurar a conformação dos requisitos e buscar lucratividade para o negócio.

Outro conceito importante foi elaborado por Taguchi (1985). Segundo ele, a qualidade está associada às perdas que um produto ou serviço impõe à sociedade após sua

venda. Esta definição de acordo com Almeida (1991), considera a qualidade pelo lado da não-qualidade (ou falta de qualidade). Esta representa a perda em valores monetários que o produto ou serviço causa a sociedade (usuários direto e indiretos ou afetados pelo uso) após sua venda. Por perda para a sociedade, entende-se o fato de que ao produzir o produto ou serviço, a empresa retira do meio ambiente matéria prima, energia, equipamento e mão de obra. Se estes recursos não são aproveitados adequadamente os clientes e a sociedade sofrem direta e indiretamente os prejuízos. É a empresa no envolvimento com o seu meio externo.

Na visão de Taguhi (1985, p. 07):

Uma empresa precisa considerar a qualidade na identificação das necessidades, na transformação dessas em produto e dos danos causados ao meio ambiente pela produção e uso. É preciso ainda, treinar os funcionários, envolvendo-os nas atividades de criação e melhoria contínua, até que todas as premissas básicas de gestão pela qualidade sejam consideradas e atendidas naturalmente por toda organização.

Assim, segundo Oliveira (1997), a gestão pela qualidade é uma nova postura gerencial que conduz à satisfação dos clientes, em função de decisões tomadas com base em fatos e dados. Em outras palavras, significa colocar a qualidade como ponto central das atividades de uma organização, através da satisfação das pessoas (clientes e funcionários) dos acionistas e do equilíbrio na troca com o meio ambiente de insumos, produtos e energia. Já para Juran (1997), a TQM (Total Quality Management), ou gestão da qualidade total, significa o conjunto de ações necessárias para que se alcance a qualidade de nível global. As necessidades dos clientes, quando identificadas e monitoradas, auxiliam empresa a encontrar o conceito prático para o seu negócio que lhes permita o aperfeiçoamento contínuo. Segundo Deming (1990), aperfeiçoamento contínuo é o modo de vida, uma disciplina a ser praticada, continuamente.

Ries (1999), destaca que os produtos competitivos tendem a serem semelhantes. Desta forma, segundo ele, além de produzir com qualidade, o que destaca a empresa atualmente, é a percepção que esta permite ao cliente, à qualidade de seu produto. Isto

diferencia produtos e serviços semelhantes. Além de interpretar adequadamente os requisitos de qualidade que os clientes desejam encontrar, as empresas devem dar atenção à percepção dos clientes. Fazer isso, de forma rápida e eficiente, é condição fundamental para a sobrevivência num mercado cada vez mais competitivo e globalizado em todos os setores industriais.

Desta forma a evolução da qualidade deu-se com:

2.3.1 Foco no produto

O movimento pela qualidade iniciou-se, formal e basicamente, centrado na padronização de produtos manufaturados, no contexto de produção em massa, em particular da economia americana, no início do século XX.

A padronização significa o ato de estabelecer padrões de referências, quer sejam de medidas ou de procedimentos, para operações e atividades de caráter repetitivo. O instrumento, de caráter obrigatório ou compulsório, que define a aplicação dos produtos foi chamado de norma. A inspeção é a técnica que se utiliza para determinar se o produto satisfaz aos interesses do produtor e se atende, através do controle, ao padrão estabelecido.

Nos anos 60, Deming e Juran ampliaram o conceito de qualidade de um produto, ao associá-lo ao mercado para o qual ele é comercializado. A qualidade de um produto seria sua adequação. Essa adequação se daria na medida em que o produto obedecesse determinadas características de qualidade, especificadas no projeto, na conformação e nos serviços executados pós – venda, que, satisfizessem as necessidades dos clientes. Sendo eles os clientes internos e externos. Enquanto, estes últimos não pertencem às firmas, os primeiros fazem parte do seu quadro funcional, representados por pessoas ou organizações. Neste contexto, a relação cliente/fornecedor de um produto também tornou-se relevante, na medida

em que, dependendo da posição relativa no contexto do processo de produção ou da cadeia produtiva e do mercado mais amplo, o cliente pode tornar-se fornecedor e o fornecedor cliente.

Na década de 70, particularmente em função da crise do petróleo de 1973, os produtos, inclusive os energéticos, além de se adequarem às necessidades dos clientes, deveriam ter custos competitivos, visando enfrentar a concorrência no mercado. Sendo assim, emergiu um novo conceito associado a qualidade do produto, qual seja, o de adequação ao custo, como sendo a obtenção de altos níveis de qualidade, porém à custos baixos. Isso é obtido por meio da redução do desperdício de produtos fabricados, atuando não apenas na inspeção final do produto, mas principalmente, no decorrer de todo o processo produtivo, através da redução da variabilidade dos procedimentos de produção. Isso, evidentemente, requer um acompanhamento sistemático da produção, desde a fase de sua concepção. Desta forma, a qualidade evolui do foco no produto para incorporar, também, o foco no processo produtivo.

2.3.2 Qualidade e Estratégica

A qualidade, a partir dos anos 80 e, principalmente, na década de 90, passou a implicar na adoção, por parte das organizações, de um enfoque estratégico, visando melhor se posicionar no mercado, diante de um ambiente externo de rápidas transformações tecnológicas, organizacionais e administrativas; forte competição entre as empresas; e grandes incertezas no comportamento dos agentes econômicos.

Foi devido à complexidade desse ambiente externo, onde operam as organizações, aliado às crescentes exigências de melhoria de qualidade de vida por parte da sociedade, que passou a se conceber a qualidade como um processo estratégico de gestão, envolvendo as

adequações denominadas: necessidade latente, cultura da organização e ambiente global e social. O primeiro refere-se aos aspectos provisionais e antecipatórios relativos à satisfação das necessidades dos clientes; o segundo é relacionado à tomada de decisões que, apoiadas na cultura corporativa da empresa, ampliaram a dimensão da produção, desde o trabalhador individual, passando por esforço da equipe, até a inserção dos produtos e serviços na estratégia da firma; o terceiro diz respeito às melhorias das condições do ambiente de trabalho dos seus empregados, bem como a adequação dos seus produtos, serviços e processos industriais ao meio ambiente onde atuam.

2.3.3 Foco nos resultados

Neste contexto, o tratamento conceitual da qualidade evoluiu para a necessidade de um "foco diferenciado entre as gestões de serviços e de manufaturas", ressaltando as peculiaridades existentes entre elas. Assim, a preocupação com a qualidade passou, também a direcionar-se para os serviços.

De acordo com Vandermerwe (1992, p. 27):

Em relação as estratégias de valorização de mercadorias, o que as firmas, na verdade, passaram a comercializar foi um sistema de soluções, ou seja uma combinação de produtos e serviços que gerassem resultados para os clientes, atendendo às suas expectativas.

Desta forma, àquilo que os clientes demandam das indústrias com a finalidade de satisfazer suas diversas necessidades, vamos denominar de "resoluto". Este seria composto por uma combinação de produtos e serviços, em proporções variadas.

2.4 Princípios da Qualidade

Na estrutura tradicional da empresa quase sempre os clientes são colocados como

receptores passivos dos produtos e serviços oferecidos. Não raro, são vistos como aqueles que perturbam a rotina. Estes princípios foram condensados a partir dos fundamentos da Qualidade Total e dos Critérios de Excelência do Prêmio Nacional de Qualidade.

2.4.1 Qualidade centrada no cliente

É um princípio voltado para a retenção de clientes e a conquista de novas fatias do mercado, demandando sensibilidade constante em relação às novas exigências dos clientes e do mercado e, a identificação dos fatores que promovem satisfação. Assim, a qualidade deve levar em conta todas as características básicas e relevantes dos produtos que adicionam valor para o cliente, intensificam sua satisfação e determinam sua preferência.

2.4.2 Liderança

A força propulsora para a melhoria da qualidade nas empresas está fundamentada na capacidade de liderar pessoas. Espera-se destes, o equilíbrio entre entendimento e atendimento das necessidades de todas as partes interessadas da empresa.

2.4.3 Melhoria contínua

Associada com a adaptação às mudanças precisa estar impregnada na forma de funcionamento da empresa. Impregnado, significa que o aprendizado, faz parte do trabalho diário de todos, busca eliminar os problemas em suas origens e é motivado pela oportunidade de executar as atividades de forma melhor, mais rápida ou barata.

2.4.4 Envolvimento das pessoas

O sucesso de uma empresa depende do conhecimento, das habilidades, da motivação e da criatividade de seus funcionários. E, o sucesso destas depende de oportunidades para aprender, experimentar novas habilidades e utilizar a criatividade.

2.4.5 Enfoque proativo e resposta rápida

Ciclos cada vez menores para todos os processos da empresa, buscam a sua eficácia (atingir os objetivos) e eficiência (otimizar a utilização de recursos) são metas permanentes. Isto significa construir uma cultura de não aceitação de erros, o que contribui para incrementar a qualidade e produtividade nas empresas.

2.4.6 Visão de futuro

A busca de fatias no mercado requer uma forte orientação voltada para o futuro e a disposição de assumir compromissos de longo prazo. O planejamento precisa antever mudanças relativas às expectativas dos clientes, novas oportunidades de negócios, desenvolvimento tecnológico e novos segmentos de clientes.

2.4.7 Gestão baseada em fatos

As empresas modernas dependem do conhecimento profundo sobre seus mercados, processos e resultados. É vital que existam indicadores que possibilitem a mensuração do desempenho da empresa.

2.4.8 Responsabilidade Social

As empresas devem enfatizar suas responsabilidades sociais e promover o

exercício da cidadania. Estes aspectos dizem respeito às expectativas básicas da sociedade para com a empresa: respeito às leis, ética nos negócios, relacionamento com a comunidade, pagamento de impostos, taxas entre outros.

2.4.9 Foco nos resultados

É fundamental que sejam traçadas metas para os principais resultados, de forma que as pessoas envolvidas ao serem comunicadas, possam entender os objetivos da empresa. Esta estará atingindo seus objetivos quando os resultados estiverem satisfazendo as partes interessadas de forma balanceada e harmônica.

2.4.10 Abordagem sistêmica da empresa e gestão de processos

As duas principais características de um sistema são a interdependência e a complementaridade. Em relação a primeira, o sucesso do todo depende de cada uma das partes. Em se tratando da segunda, o todo é maior que a soma das partes, está associado a sinergia. Significa que o resultado obtido deu-se pela soma das competências e habilidades individuais. Essa diversidade de relacionamento não torna necessariamente a empresa mais difícil de ser gerenciada, entretanto torna a sua gestão mais complexa.

Desta forma a qualidade como arma de competitividade é o novo desafio para as empresas, mas o é igualmente para nós indivíduos. Exige-se que nos adaptemos à nova realidade. E este é o desafio: se faz parte na natureza humana a resistência a mudanças, também faz parte da condição de sobrevivência o saber mudar. E a mudança que se exige não é apenas de comportamento: são mudanças de valores, cultura, convicções e crenças. Esta é também uma filosofia de gestão empresarial. Envolve todas as pessoas de todos os

departamentos. Em uma estrutura de chefias, o poder do chefe vem dos níveis hierárquicos superiores, de lideranças, este poder vem da base, dos seus liderados.

Relativamente ao setor bancário, a busca da qualidade total começou de forma sistematizada, em 1996. Estes estabeleceram-se no mercado brasileiro ainda nas primeiras décadas deste século. Suas histórias portanto, desenrolam-se ao longo de um amplo período de intensas mudanças no processo sócio-político e econômico nacionais, do qual são partes indissociáveis.

Neste sentido trataremos de focar o contexto histórico no qual se inscreve o desenvolvimento do Banco da Amazônia S/A. Em seguida serão destacados alguns momentos chave na trajetória desta instituição, remetendo-os a um amplo horizonte comum, como tarefa preparatória para num terceiro momento, clarificar o desenho contemporâneo desta instituição, através de dados globais.

O compromisso com o contínuo aprimoramento tecnológico, está aliado à preocupação do melhor e mais ágil atendimento aos clientes. Assim, para cada cliente, são desenvolvidas soluções específicas, avaliando cada caso. São projetados programas que se adequem às necessidades atuais emergentes das empresas.

2.5 Qualidade em Serviços

Desta forma o que o cliente detém em relação ao serviço são expectativas, que não podem ser sociologicamente previsíveis. Essas expectativas são influenciadas por variáveis as mais diversas: mídia, amigos, experiências anteriores, entre outras.

Lobos (1993), registra a seguinte definição: antecipar, atender e exceder continuamente os requisitos e as expectativas dos clientes”. E relaciona tais expectativas ao que chama três fatores de Qualidade em Serviço: Desempenho, Atendimento e Custo.

O fator desempenho tem a ver com a razão do serviço em si, ou seja, se alguém faz um depósito em sua conta corrente, espera que o dinheiro esteja lá quando quiser fazer um saque ou emitir um cheque. Agora, se para fazer o depósito teve que ficar horas numa fila, num ambiente barulhento e mal iluminado, sem ar condicionado, com caixas mal humorados e descorteses, isso tem a ver com o Atendimento, é a forma como o cliente é tratado pelos funcionários, o ambiente que encontrou, enfim como se sentiu ao ter o serviço prestado.

O cliente pode ter recebido um atendimento de excelência, mas se o preço que pagou foi incompatível, a qualidade será incompleta. Segundo Reis (1998), a ausência de qualidade ou a “má qualidade”, custam às empresas entre 20% e 30% do seu faturamento bruto. Campos (1999), ensina que: O conceito do crescimento do ser humano se baseia na intenção de que as pessoas façam sempre serviços de valor agregado cada vez mais alto. Isto significa escrever, falar ordenar, mostrar, instruir, em vez de mover, copiar, seguir, obedecer.

A partir do início dos anos 90 o diferencial competitivo de qualquer Organização, seja qual for o mercado, tem sido não apenas Produtos ou Bens, mas também Serviços.

Bens são produtos tangíveis. Serviços são produtos intangíveis. Assim, tanto bens quanto serviços são considerados produtos.

No entanto medir a qualidade em serviços, ou seja, o desempenho efetivo dos processos, comparando-os com o desempenho pré-estabelecido como desejável, é fundamental para se conhecer, antecipadamente, o resultado final.

Para que se perceba como é possível realizar “medições”, no campo da qualidade em serviços de forma semelhante ao que se faz quando se trata da produção de bens tangíveis, é necessário, primeiro, que se compreenda como o assunto pode ter aspectos, “palpáveis”.

No caso dos Bancos, Reis (1998), denomina de Qualidade Operacional “é o aspecto da Qualidade considerado como básico na atividade bancária e descreve a situação normal de um Banco. É este tipo de Qualidade normalmente percebida (sic) pelo cliente e

através da qual ele faz a sua avaliação e “Qualidade Estratégica” é o aspecto da Qualidade responsável pela diferença entre os Bancos. Este tipo de Qualidade influencia decisivamente a Qualidade Operacional (...).”

Em se tratando dos Bancos, cabe ressaltar a distinção que, geralmente estes fazem entre cliente e usuários, são considerados clientes - para quem os Bancos oferecem atendimento prioritário - aquelas pessoas que utilizam seus produtos, tais como seguros, planos de previdência, títulos de capitalização, cheque especial, empréstimos, financiamentos entre outros. Por outro lado, usuários- são aqueles que se dirigem aos Bancos apenas para fazer pagamentos (títulos, carnês, contas de água, luz) ou recebimentos como, trocar cheques nos guichês de caixa.

O atendimento eletrônico cresce intensamente, segundo tendência mundial. O setor bancário brasileiro vem ampliando substancialmente os investimentos em equipamentos eletrônicos para aumentar o volume de serviços prestados. Apesar de ainda existir certa resistência, as pessoas que aderem às facilidades do auto-atendimento, chamadas de transações automatizadas, realizadas sem intervenção de funcionários representam uma parcela cada vez maior do total de operações, especialmente porque podem ser feitas em período muito mais amplo do que nas agências e em locais mais próximos e cômodos. Isto significa expressa redução de custos administrativos para os Bancos, pois reduz a necessidade de pessoal.

2.6 Política de Qualidade no Banco da Amazônia S/A

O Banco da Amazônia S/A, conta com uma diretoria técnica altamente qualificada com uma vasta experiência. Apesar dos percalços sofridos ao longo de sua história de mais de meio século é detentor de conceitos de solidez e confiança e vem,

procurando agregar os de eficiência e qualidade, voltando sua estrutura interna à agilidade e ao foco no cliente. A atual estrutura desta instituição, tem como principal preocupação atender satisfatoriamente o cliente, através da agilização do processo na solicitação e obtenção de financiamentos administrados pelo Banco.

Esse nível de simplicidade só foi conquistado com o passar dos anos e muitas análises de adequação da estrutura, visando chegar-se a um ponto em que o processo burocrático tornou-se mais transparente e mais coerente com os objetivos do Banco em atingir a qualidade total no atendimento ao cliente, mediante a ação direta e ativa de seus funcionários, agilizando a tramitação dos pleitos de financiamento, apresentados ao Banco, através de uma análise segura e competente. A partir daí, os processos burocráticos passaram a receber maior atenção, sendo analisados mais rapidamente e levando uma resposta mais efetiva ao cliente.

É com essa dinâmica de trabalho que o Banco da Amazônia S/A, no cumprimento de sua missão de ser o principal Banco da Região, vem impactando positivamente a economia regional, criando empregos e postos de trabalho, intra e inter-regionais, promovendo a equidade social e, conseqüentemente, elevando a qualidade de vida da população, através da ação direta e ativa de seu quadro de profissionais, capacitados, dotados de conhecimentos técnicos acerca das condições e problemas da região e com experiência suficientemente comprovada de sua vivência funcional. Esse fato, confirmado pelo considerável número de clientes satisfeitos.

Tendo em vista que o atendimento ao cliente transformou-se na maior vantagem competitiva, o Banco da Amazônia S/A, afirma que considere os funcionários que vendem os serviços, os recursos importantes da instituição.

A metodologia do Programa de Gestão pela Excelência do Banco da Amazônia, está fundamentado na prática de gestão dos sete critérios de excelência do Plano Nacional de

Qualidade – (PNQ): liderança, planejamento estratégico, foco no cliente e no mercado, gestão de pessoas, gestão de processo e resultados da organização.

O cliente, consumidor, contribuinte - na qualidade de cidadão - postula direitos e respeito das empresas que constituem o país, especialmente as empresas públicas, e que estas demonstrem qualidade em suas ações, sejam mais transparente - honestidade e clareza de propósitos - trabalhem para aumentar o grau de consciência da população e se mostre mais solidário - não se afastem do propósito coletivo - e dêem mais valor à informação socialmente útil.

Da empresa pública, exige-se que ela se regule não só pelo mercado, mas também pelas políticas públicas e pelo interesse da sociedade. Então, está lançado o maior desafio, especialmente para as organizações estatais, como também para as particulares. Assim, elas devem servir ao novo cidadão e à nova sociedade, que se outorgam o poder de mudar de fato o Brasil.

Como co-participante do Governo Federal na definição de políticas de desenvolvimento para a região, o Banco da Amazônia S/A, está presente com a sua rede de agências nos nove estados da Amazônia Brasileira, atendendo a 94% dos municípios da Região Norte, com apenas 11% da rede bancária local. O Banco fechou o ano respondendo por mais de 53% do volume de crédito na região e mais de 83% de crédito de fomento, através de ações para o desenvolvimento sustentável.

Até pouco tempo, se colocavam na pirâmide da estrutura das organizações, do topo para a base, presidente, diretores, gerentes, chefes, trabalhadores e por fim os clientes. Hoje, a situação se inverteu, de tal sorte que os clientes ficam no alto, seguidos dos funcionários que fazem a interface com esses clientes mediante um trabalho de qualidade. Mais abaixo vão aparecendo gerentes, diretores e na base está o presidente, cuja missão é arcar com toda a responsabilidade.

Assim, além de estimular as atividades que aproveitam as potencialidades da região, sem causar danosos impactos ambientais, o Banco da Amazônia S/A, investe bastante no contínuo treinamento dos seus funcionários como meio de assegurar uma atuação dinâmica no mercado, pois considera, estes o seu maior patrimônio.

Para cumprir o seu papel como agente do desenvolvimento, esta empresa conta com um quadro profissional qualificado e de elevado nível. Sua principal preocupação é estimular e consolidar uma cultura corporativa, em que a conscientização da importância da instituição para a sociedade seja permanente, centrada na ética e na satisfação das necessidades do mercado em que atua. Por, essa razão, criou o Programa de desenvolvimento Humano, que se mantém ativo continuamente e já recebeu, nos últimos anos, investimentos de quase 20 milhões de reais.

O Banco da Amazônia S/A, possui um efetivo de 2.693 funcionários, 68% esta há mais de 10 anos no Banco. O que reflete o grau de maturidade e experiência nas questões da região, e os capacita a proporcionar o melhor atendimento possível as pessoas que o procuram. Capacitar o quadro de supervisores e gerente, com o princípio de orientá-los tanto para resultados como para conduzir equipes para o desenvolvimento organizacional, foi uma das prioridades desta instituição na busca da qualidade no atendimento ao cliente.

A preocupação do Banco com a qualidade no atendimento, através do comprometimento direto do corpo funcional, envolveu uma série de decisões e adoção de procedimentos, até chegar ao estágio atualmente registrado.

Dotar a empresa de um modelo que integre e consolide todos os setores na busca da melhoria contínua, tendo a qualidade total como "fio condutor" à obtenção de ganhos de produtividade, do máximo aproveitamento dos recursos disponíveis, do comprometimento dos empregados com o negócio e o destino da empresa, de uma estrutura de tomada de decisão descentralizada e de melhores níveis de lucratividade, veio reforçar as medidas já existentes.

Visando a preservação do clima organizacional, foram preparados negociadores dentro do corpo funcional, de acordo com as modernas técnicas, de modo que pudessem, eficientemente, intermediar, desenvolver e negociar aspectos envolvendo a área de relações trabalhistas e sindicais junto a área de recursos humanos e ao Sindicato da categoria. Todas essas alterações tiveram como escopo a preocupação com o cliente, pois, só assim o Banco conseguirá atingir seus objetivos.

Nos Estados Unidos, uma pesquisa feita pela US News and World Reports, indicou que dos clientes perdidos, 1% se perde por morte; 35 % são perdidos porque mudam de casa; 5% adotam novos hábitos de vida; 9% porque acham altos os preços; 14% porque se decepcionaram com uma eventual baixa de qualidade dos produtos; 36% porque estão descontentes com o atendimento pessoal. Este estudo mostra claramente a importância do relacionamento.

O relacionamento, portanto, envolve tanto o cliente externo como o funcionário. Já disse alguém que, atrair um cliente pelo marketing tradicional custa cinco vezes mais caro do que conservar um cliente por meio do marketing de relacionamento. Mas a prática, além de confirmar essa afirmativa, mostra que o marketing de relacionamento tem uma vantagem adicional: o cliente fidelizado, invariavelmente acaba trazendo novos clientes.

Marketing de relacionamento não se trata senão de outra expressão, travestida de modernidade, para relações públicas. O objetivo é exatamente este: estabelecer, manter e aprimorar as relações entre a empresa e o cliente, de sorte que todos tenham lucro e os negócios perdurem, ou seja para que os objetivos de todos sejam atingidos.

As pessoas são o recurso-chave numa organização. Os diretamente envolvidos com o cliente externo, que são todos aqueles da grande área de comunicação, relações-públicas, marqueteiros, pessoal de promoção e todos os indiretamente envolvidos, aqueles que prestam serviços "ocultos" ao cliente externo.

Como corolário, destaca-se aqui a parte da abordagem organizacional total que é a busca da qualidade e da satisfação do cliente. Para que uma empresa se volte realmente para a qualidade do atendimento, com vistas à satisfação e à fidelização de seu cliente, ela precisa se reorganizar e analisar os itens: Como é que o cliente mensura a qualidade da empresa? De um banco, por exemplo. Vai ao Banco da Amazônia S/A, pedir um empréstimo, a qualidade técnica do que se preocupa são juros a x por cento, com n facilidades de pagamento, tudo o que diz objetivamente que o serviço é aquele que se estava necessitando. E, paralelamente, há a qualidade funcional inerente a esse empréstimo. Da telefonista, de quem recebeu o cliente na entrada, da secretaria, do olhar de quem atendeu, que pode ter sido frio ou então acompanhado de um sorriso e de uma saudação cordial.

Nestes termos, praticar é procurar conhecer o cliente individualmente, suas expectativas, os produtos que ele deseja e a forma como ele opera com o Banco. Porque há clientes que se contentam com a rede de caixas eletrônicos e com o banco por telefone, que estão up-to-date em matéria de microcomputador e gostam de contactar o banco pela rede eletrônica. Há outros - e são muitos - que requerem um atendimento personalizado. Então, qual é o grau de conhecimento que temos dos clientes para saber que produtos e que tipo de atendimento oferecer?

Tem-se duas formas de chegar a esse conhecimento:

- Uma é por meio da tecnologia da informação, que permite acumular dados sobre ele, em função das transações que realiza, de suas características, de sua faixa de renda.
- Outra é a necessidade que os bancos precisam migrar de orientação destinada aos produtos para orientação voltada ao cliente, o que implica, de alguma forma, uma volta ao passado.

Na visão de Shiozawa (1993, p. 57):

O atendimento ao cliente surge como a grande arma competitiva nesta era dos serviços, marcada não mais pelo foco no produto, mas nos clientes. Portanto,

garantir a fidelidade da clientela passa pelo aprimoramento do atendimento e isso implica em ter uma equipe motivada e preparada tecnicamente, que acredita firmemente que seu trabalho está sendo devidamente valorizado pela empresa

Para o autor, os clientes e usuários tornam-se cada vez mais exigentes e maiores são suas expectativas quanto a resultados. Isso, deve-se ao fato de que os prestadores de serviços estão cada vez mais disseminados, e com aprimoramento de seus produtos e mão de obra.

Segundo o autor, pesquisas de satisfação de clientes indicam que os problemas maiores não estão com os produtos em si, mas com os serviços que devem acompanhá-lo (capacitação do usuário) e com o atendimento de modo geral (comunicação). Na verdade, o grande problema que afeta a qualidade do atendimento, porém, é a não-participação do cliente no processo de concepção das soluções. Sem dúvida alguma, proporcionar satisfação ao cliente, deve ser o maior objetivo das organizações. E tudo isso deve-se iniciar a partir da compreensão das suas necessidades e desejos.

Segundo Kotler (1996), necessidade “é um estado de privação de alguma satisfação básica” que o indivíduo sente. Desejos “são carências por satisfações específicas para atender a estas necessidades mais profundas”. A partir dessas definições, percebe-se que, com o aparecimento das necessidades e desejos das pessoas (clientes), as organizações desenvolvem atividades “produtivas”. Começam a desenvolver bens (produtos) e prestar serviços que, em princípio, satisfaçam as expectativas dessas pessoas.

É nesse ponto que muitas organizações entram em conflito e não são suficientemente capazes de enxergar que os clientes determinam e orientam os seus negócios, e, conseqüentemente o sucesso ou fracasso perante o mercado em que participam. É também nesse momento que se justifica perante os céticos, a importância de satisfazer as necessidades e desejos dos clientes e a chave para isso está na valorização da equipe de funcionários, fazendo-os sentir que a empresa é mais do que seu local de trabalho.

De acordo com Kotler (1996, p. 35-36): É importante satisfazer o cliente, porque as vendas de uma empresa em cada período provém de dois grupos fundamentais: clientes novos e clientes cativos.

Para o autor, a chave para a manutenção é a satisfação, pois, um cliente satisfeito:

- Compra mais e permanece “leal” por mais tempo;
- Compra outros produtos à medida que a empresa os lança no mercado;
- Fala favoravelmente sobre a empresa e seus produtos e serviços;
- Presta menos atenção às marcas e propagandas dos concorrentes e a preços;
- Dá idéias de produtos e serviços à empresa;
- Custa menos atendê-los porque as transações passam a ser rotinizadas.

Todos esses aspectos foram levados em consideração no estudo efetuado no Banco da Amazônia S/A, ou seja, a partir dos objetivos estabelecidos e da revisão teórica, foi possível definir os assuntos que efetivamente seriam interessantes e importantes para a compreensão do fenômeno pesquisado.

Para Berry (1996, p. 24):

O cliente espera que as empresas de serviços como é o caso do Banco da Amazônia S/A, cumpram suas promessas (confiabilidade), que ofereçam instalações limpas e confortáveis (fatores tangíveis), que forneçam atenção imediata (responsabilidades), que se mostrem competentes e cordiais (previsibilidade) e que ofereçam cuidado e atenção individualizados (empatia).

Tomando como parâmetro essas definições e tendo como base a análise e interpretação dos dados coletados no Banco da Amazônia S/A, apresentam-se as cinco dimensões com suas respectivas avaliações, constatadas a partir das entrevistas realizadas junto aos grupos de dirigentes, gerentes e de técnicos.

2.6.1 Quadro Funcional da Agência Pesquisada

A agência do Banco da Amazônia S/A, de Pinheiro-MA, possui um quadro

funcional formado por doze colaboradores, entre estagiários e funcionários efetivos. Desse contingente apenas dois se dedicam exclusivamente as tarefas internas. Todos os demais estão voltados, na maior parte do seu tempo, ao atendimento ao público. Existe um Gerente Geral, supervisor de atendimento, de operações e administrativo que atua em nível de assessoria.

O expediente ao público inicia-se às dez horas e encerra-se às quinze horas. Todavia o contato com os clientes não se resume a esse período, pois há atendimento por telefone e também às visitas aos clientes, em horários geralmente fixados por estes.

Os caixas eletrônicos funcionam de segunda a sexta feira, das oito horas às dezoito horas, muito breve estaremos com o atendimento 24 horas, para melhor satisfação dos nossos clientes.

2.7 5S s ou Senso

O programa 5S s surgiu no Japão na década de 50 e representa as iniciais de cinco palavras japonesas - Seiri, Seiton, Seisou, Seiketsu e Shitsuke - traduzidas para o Brasil como Senso de Utilização, Ordenação, Limpeza, Saúde e Autodisciplina.

Segundo Costa (1996) os significados dos sentidos:

- Senso de Utilização: distinguir o necessário do desnecessário (objetos, métodos, atitudes) no local de trabalho ou estudo. Implica no descarte dos itens desnecessários.
- Senso de Ordenação: determinar de forma visível e lógica um lugar para cada objeto ou dado, para que seja encontrado facilmente quando precisar utilizar.
- Senso de Limpeza: deixar limpo todo o ambiente de trabalho. No plano psicológico, significa adotar comportamentos éticos, limpos e transparentes.
- Senso de Saúde: manter as condições de trabalho favoráveis à saúde física e mental,

- ✓ Criatividade de funcionário como destaque para um atendimento de qualidade;
- ✓ Inovação de métodos e técnicas de segmentos da empresa com enfoque no cliente;
- ✓ Atendimento de qualidade visando a satisfação do cliente;
- ✓ Construção de ambiente cooperativo como satisfação do cliente interno;
- ✓ Transformação de sucesso individual em ganho coletivo;
- ✓ Envolvimento de empregados na mudança para qualidade;
- ✓ Comprometimento de funcionários com o fator de desenvolvimento;
- ✓ Satisfação de clientes internos com os objetivos alcançados;
- ✓ Fazendo da qualidade de vida a qualidade do produto;
- ✓ Participação voltada para a busca da competitividade e produtividade;

3.3.3 Instrumentos Utilizados

Utilizaremos questionários com perguntas dicotômicas e com múltiplas escolhas auxiliando-nos das observações assistemática não participante em equipe e na vida real.

3.3.4 Sujeitos Entrevistados

Tabela 3.3.2: Amostra selecionada na Aplicação de Questionário

EMPRESA	QUANTITATIVO				
	Funcionários	Fornecedor	Gerentes	Administradores	Cientes
Banco da Amazônia S/A	8	18	1	1	129
Comercial Brasillojas Ltda	23	28	2	2	129
Lojas Lar Center	11	37	2	2	129
Total	42	83	5	5	378

Amostragem: 513 entrevistados

3.4 Pesquisa Estudo de Caso

A pesquisa estudo de caso fazer-se-á:

Tabela 3.4.1: Universo analisado na Pesquisa Estudo de Caso

EMPRESA	QUANTITATIVO				
	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	Total
Banco da Amazônia S/A	08	18	01	01	28
Lar Center	11	37	02	02	52
				Total	80

3.4.1 Universo e Amostra

O universo pesquisado corresponde os funcionários, fornecedores gerentes e administradores das empresas **Banco da Amazônia S/A** e a **Lar Center**, que são aproximadamente 80 pessoas, através, da teoria de amostragem determinou-se os 3,58 (n=1) da **Banco da Amazônia S/A** e 3,85 (n=2) da **Lar Center**, que corresponde a 3 pessoas entrevistadas.

3.4.2 Procedimentos para Coleta de Dados

Analisar-se-á as seguintes informações no período estudado.

- ✓ Motivação humana no trabalho
- ✓ Preparação de funcionários para o futuro
- ✓ Controle de qualidade de produtos e serviços
- ✓ Avaliação de desempenho dos empregados

exercitando continuamente os três primeiros Sentos.

- Senso de Autodisciplina: exercício da força mental, física e moral, utilizando instruções e autotreinamento com força de vontade, na busca de melhoria.

Por ser de simples compreensão a aplicação é capaz de produzir resultados a curto prazo, promovendo o crescimento contínuo das pessoas, "constitui, na realidade, o alicerce para implementação da Gerência pela Qualidade Total em qualquer organização humana, preparando o ambiente para mudanças profundas".

È uma filosofia extremamente necessária às empresas, "o 5S utiliza o potencial criativo e incrementa a participação de todos na gestão da qualidade propiciando um clima favorável ao bom desempenho no trabalho. Segundo Barbosa (1995, p. 36): O programa objetiva eliminar o desperdício e transformar o local de trabalho em um ambiente mais agradável, tanto no aspecto físico quanto no aspecto das relações interpessoais.

Desta forma todos os funcionários são responsáveis por zelar pela preservação do ambiente e equipamentos de trabalho. Um ambiente de trabalho que transmite idéia de conservação e funcionamento eficaz, passa ao cliente maior segurança e motiva a busca de seus serviços. Isso se traduz no bom relacionamento e entrosamento que se constata no desempenho dos funcionários, sempre objetivando apresentar um nível de atendimento que produza satisfação no cliente, ou seja, que tenha qualidade.

2.8 Importância da Qualidade nas Empresas

Qualidade para uma empresa é a satisfação dos seus clientes! É qualidade no atendimento, produto, serviço e na entrega!

Desde os primeiros tempos, as empresas tentam atingir este objetivo! Afinal, de um cliente satisfeito depende a sobrevivência e o crescimento de uma empresa!

Quando dizem que o cliente tem sempre razão, é porque ele é a razão de ser da empresa! E um dos passos para cumprir essa meta é a implantação de um Sistema de Qualidade por dar condições a empresa de ser mais produtiva e competitiva. O tema Qualidade Total constitui inesgotável fonte de pesquisa e discussão, visto que cada vez mais empresas buscam a qualidade de seus produtos e serviços através de programas de Qualidade Total, visando à satisfação de seus consumidores, maior produtividade e competitividade.

Segundo Philip B. Crosby (1995, p. 27):

Qualidade é conformidade com os requisitos, é um fator atingível, mensurável com toda precisão e lucrativo, que pode ser estabelecido desde que haja compromisso e compreensão. A não conformidade é a ausência de qualidade. Verifica-se a conformidade do produto com algumas perguntas: ela parece com o anúncio ? Está de acordo com os requisitos? Seu desempenho será aquilo que o cliente foi levado a esperar?

A mensuração é feita continuamente para determinar a adaptação aos requisitos. A qualidade é mensurável com toda precisão pelo dinheiro concreto. É medido pelo seu custo que é a despesa da não conformidade ou o custo de fazer as coisas erradas.

Os custos de prevenção são aqueles de todas as atividades empreendidas para prevenir defeitos no design, desenvolvimento, compras, mão-de-obra e outros aspectos do início e criação do produto ou serviço até o seu final. Crosby (1995, p. 28), ressalta: “Economia da qualidade não existe, pois é sempre mais acessível fazer o trabalho correto no início. A qualidade é grátis, o custo da qualidade é a despesas de trabalhar errado, o que desperdiça o patrimônio é a não qualidade”.

Neste sentido vimos, que são necessários 4 a 5 anos para conseguir que as pessoas compreendam a necessidade e aprendam a confiar num programa de melhoria da qualidade, é essencialmente importante o comprometimento da alta administração e gerência na participação do programa, assegurando a cooperação geral. W. Edwards Deming, em sua obra "Qualidade: a revolução da Administração" (1995, p. 32), afirma que: A melhoria da qualidade é de responsabilidade da administração, mediante uma alteração no sistema, ou

seja, uma melhora das definições, executada pela administração, a fim de ajudar as pessoas a trabalharem menos de modo inteligente.

A implantação de um programa de Qualidade Total constitui verdadeira transformação organizacional, devendo haver um despertar para a crise seguido de ação, tarefa da administração. E essa transformação somente poderá ser realizada pelo homem, não por máquinas (computadores , aparelhos...) é imprescindível, sim, a continua e incessante melhora e aprimoramento dos processos, pois nenhuma empresa pode comprar sua rota para a qualidade.

Deming (1995), sustenta a importância da adoção de princípios de Administração, que seriam a base, a orientação teórica indispensável para a transformação organizacional, acompanhada da ação correspondente. Considerando todos os aspectos abordados, podemos entender que, aplicando os conceitos de gerenciamento e administração baseados na qualidade, e apoiando-se em uma boa administração, que envolva todos os membros da empresa no processo de Qualidade Total, pode-se obter sucesso.

A melhoria da qualidade leva ao aumento da produtividade e diminuição dos custos. Os custos diminuem graças a menos retrabalho, erros, atrasos e obstáculos e melhor uso de tempo-máquina e insumos. Com a elaboração de melhores produtos ou a prestação de melhores serviços e a custos – conseqüentemente preços menores, a empresa tem a possibilidade de ampliação de seu mercado de negócios, conquistando novos mercados e clientes. Com isso adquire também melhor posição competitiva.

Como explica Deming (1995, p. 37), sobre Qualidade, que “O resultado é uma reação em cadeia – custos mais baixos, melhor posição competitiva, pessoas mais felizes no trabalho, empregos e mais empregos”

2.9 Família ISO 9000

Em função da globalização, onde um grande número de empresas possui ramificações, representações, filiais ou são coligadas ou controladas de capitais, instaladas em diversos ou em todos os continentes da Terra, houve a necessidade de utilização de normas e padrões de aceitação que permitissem às organizações lidar com a competição mundial.

Em 1987, foram criadas às normas da família ISO 9000, que se constitui de um conjunto de normas internacionais relativas ao sistema de gestão da qualidade, com vistas a uniformizar requisitos a serem adotados em contratos de fornecimento de materiais e serviços, que representem e traduzam o consumo mundial. A ISO - International Organization for Standardization - é uma federação mundial de órgãos nacionais de normalização, que tem por objetivo preparar e emitir normas técnicas. Surgiu no final da década de 40 em Genebra, na Suíça. Como se percebe ISO, não é a sigla (no sentido direto) da entidade mas sim uma alusão ao prefixo que significa igualdade.

É uma organização não governamental que congrega as entidades de normalização da grande maioria dos países do mundo. O Brasil participa da ISO através da ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.

Os principais objetivos da ISO são:

- Fixar normas técnicas essenciais de âmbito internacional;
- Estabelecer normas técnicas que representem e traduzam o consenso dos diferentes países do mundo.

Através de um dos comitês técnicos da ISO, o TC 176 Gestão da Qualidade e Garantia da Qualidade, foi desenvolvida uma série de normas conhecidas por ISO 9000, editada originalmente em 1987 e revisada em 1994, que trata de Gestão e Garantia de Qualidade.

A ISO 9001,9002 e 9003 são as únicas três normas da série que representam critérios para garantia de qualidade com diferentes graus de abrangência e profundidade que

foram condensadas internacionalmente.

A certificação traz benefícios para a própria empresa, que consegue assegurar:

- Maior aceitação nos mercados externo e interno;
- Facilidade de vendas para estatais brasileiras que já estão exigindo a certificação ISO 9000;
- Maior confiança e credibilidade junto aos clientes;
- Organização e melhoria geral dos processos;
- Redução de custos, eliminação de retrabalho, perdas, desperdícios e inspeções.

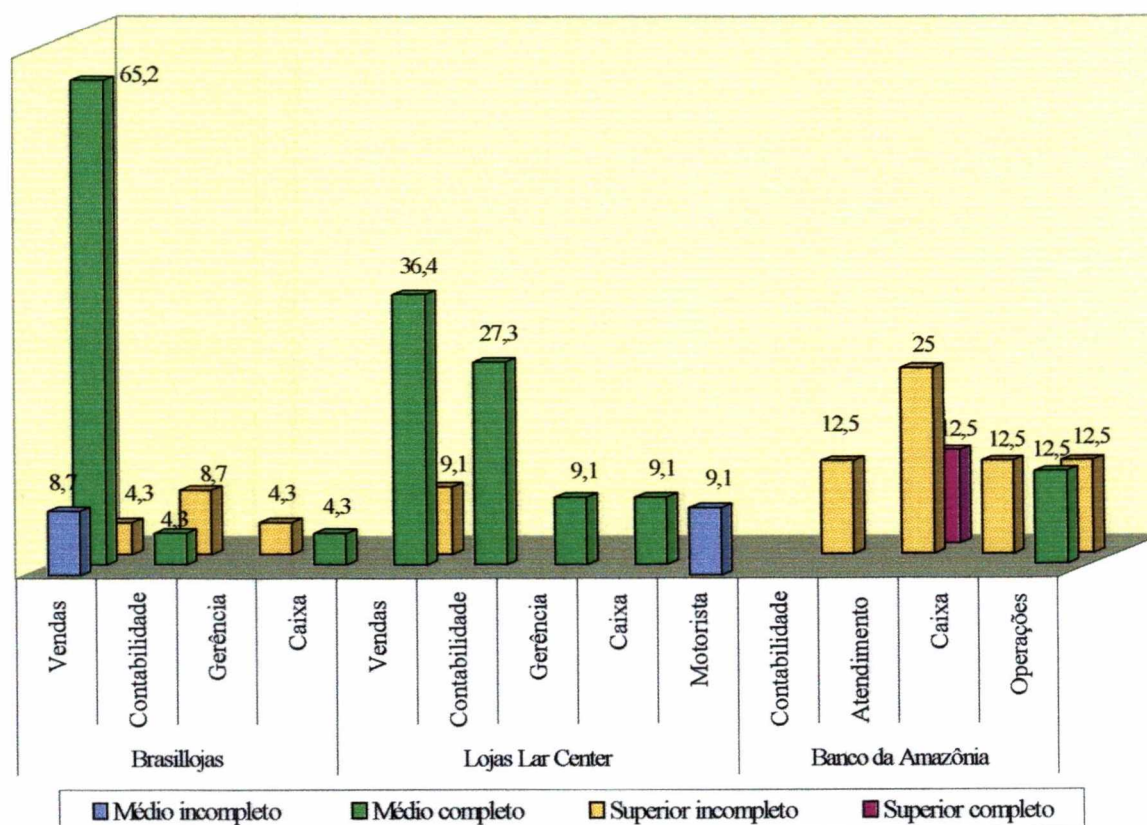
Igualmente, a certificação traz benefícios para os funcionários:

- Maior integração entre as áreas;
- Maior desenvolvimento individual em cada tarefa, possibilitando melhoria de desempenho;
- Maiores oportunidades de treinamento;
- Menor possibilidade de acidentes de trabalho;
- Melhores condições para acompanhar e controlar processos;
- Melhoria da qualidade e produtividade.

Com o desenvolvimento destas normas, buscou-se a criação de sistema básico da qualidade, objetivando a adequação das empresas às novas necessidades emergentes.

A série ISO 9000 constitui-se de documentos de orientação e ajuda às empresas para a implementação de sistemas de Gestão da Qualidade. Essas normas são genéricas e independentes do setor industrial ou econômico, cabendo às empresas que concebem ou implementam um sistema de qualidade levar em conta suas diferentes necessidades, seus produtos ou serviços fornecidos, processos e práticas específicas. Esta série de Normas traduz o estágio de organização das empresas, sedimenta maior confiança nas relações

Gráfico 4.1.1: Análise entre a área de atuação e a escolaridade dos funcionários



Com o cruzamento em relação a opinião dos funcionários a respeito do treinamento para melhorar o atendimento e sua reação diante de um cliente emotivo, na **Comercial Brasillojas** 34,78%(n=8) acharam proveitoso e tentariam acalmar o cliente, 13,03%(n=3) concordaram com treinamento eficiente, dentre esses 8,69%(n=2) disseram que tentariam acalmar o cliente e 4,34%(n=1) assinalaram que convenceriam que estava errado. Os que escolheram que o treinamento foi bom correspondem a 26,7%(n=6), já 17,37%(n=4) acalmariam o cliente, 4,34%(n=1) convenceriam que estava errado, 4,34%(n=1) deixaria falando sozinho, 4,34%(n=1) acha o treinamento péssimo e pediria ajuda aos companheiros para atender clientes agitados, 21,73%(n=5) não passaram pelo processo de treinamento.

Na Loja **Lar Center**, os funcionários que acharam o treinamento proveitoso equivale a 45,45%(n=5) e disseram que tentariam acalmar o cliente impaciente, 27,07%(n=3)

afirmaram que o treinamento foi bom, sendo que, 18,18%(n=2) acalmavam os clientes, 9,09%(n=1) pediriam ajuda aos companheiros, 9,09%(n=1) disseram que o treinamento foi péssimo e 18,18%(n=2) não tiveram treinamento.

No **Banco da Amazônia S/A** 25%(n=2) afirmaram que o treinamento foi proveitoso e tentariam acalmar o cliente agitado, 12,5%(n=1) acharam bom e tentariam acalmá-lo e 62,5%(n=5) não treinaram.

Tabela 4.1.2: Análise sobre os procedimentos e os treinamentos realizados na empresa

Procedimento	Treinamento									
	Proveitoso		Eficiente		Bom		Péssimo		Não treinado	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas										
Acalmá-lo	8	34.8	2	8.7	4	17.4	-	-	5	21.7
Perde a calma	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Convencê-lo está errado	-	-	1	4.3	1	4.3	-	-	-	-
Ajuda aos companheiros	-	-	-	-	-	-	1	4.3	-	-
Falando sozinho	-	-	-	-	1	4.3	-	-	-	-
Total	23					100%				
Lojas Lar Center										
Acalmá-lo	5	45.4	-	-	2	18.2	-	-	-	-
Perde a calma	-	-	-	-	-	-	-	-	2	18.2
Convencê-lo está errado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ajuda aos companheiros	-	-	-	-	1	9.1	-	-	-	-
Falando sozinho	-	-	-	-	-	-	1	9.1	-	-
Total	11					100%				
Banco da Amazônia S/A										
Acalmá-lo	2	25	-	-	1	12.5	-	-	5	62.5
Perde a calma	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Convencê-lo está errado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ajuda aos companheiros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Falando sozinho	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	8					100%				

Este cruzamento entre a opinião dos colaboradores sobre treinamento para atender o cliente e a sua reação diante de um cliente emotivo, mostra a importância na absorção dos conhecimentos necessários para o preparo emocional dos funcionários, visando seu bom

desempenho para o atendimento de qualidade.

Com esta análise constatamos a importância do processo em treinar os colaboradores, pois neste segmento são observados alguns fatores como nível de conhecimento do instrutor, técnicas aplicadas e recursos tecnológicos.

Reconhecemos que a empresa está se preocupando com a capacitação dos empregados, estimulando-os a incorporar novas competências, a examinar e identificar novas formas e métodos de fazer melhor, a enriquecer e ampliar os seus horizontes e a visão do que realiza no cotidiano. “O treinamento ajuda os funcionários a acompanharem as mudanças e o desenvolvimento e lhes dá a garantia de estarem preparados e aptos para uma possível transferência ou promoção no tempo devido” (MAITLAND, 2000, p. 43).

Constatamos que nas empresas analisadas a **Loja Lar Center** se destacou com 45,45%(n=5) dos funcionários, que disseram que o treinamento foi proveitoso e tentariam acalmar o cliente agitado. Houve uma pequena aproximação entre a **Comercial Brasillojas** com 17,39%(n=4) e a **Loja Lar Center** com 18,18%(n=2) onde os funcionários afirmaram que o treinamento foi bom e acalmariam o cliente.

Entretanto, entrevistando, os funcionários, perguntamos, você está preparado para acompanhar as grandes mudanças no setor empresarial. Precisa de treinamentos para aumentar seus conhecimentos?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, diz:

Estamos buscando acompanhar às mudanças que ocorrem no mundo, daí a necessidade de uma permanente atualização de conhecimentos.

Sendo que o funcionário 2 da empresa Lar Center afirma:

Sim, os treinamentos ajudam no desenvolvimento das pessoas.

Discordando do funcionário 3 da empresa Lar Center que responde:

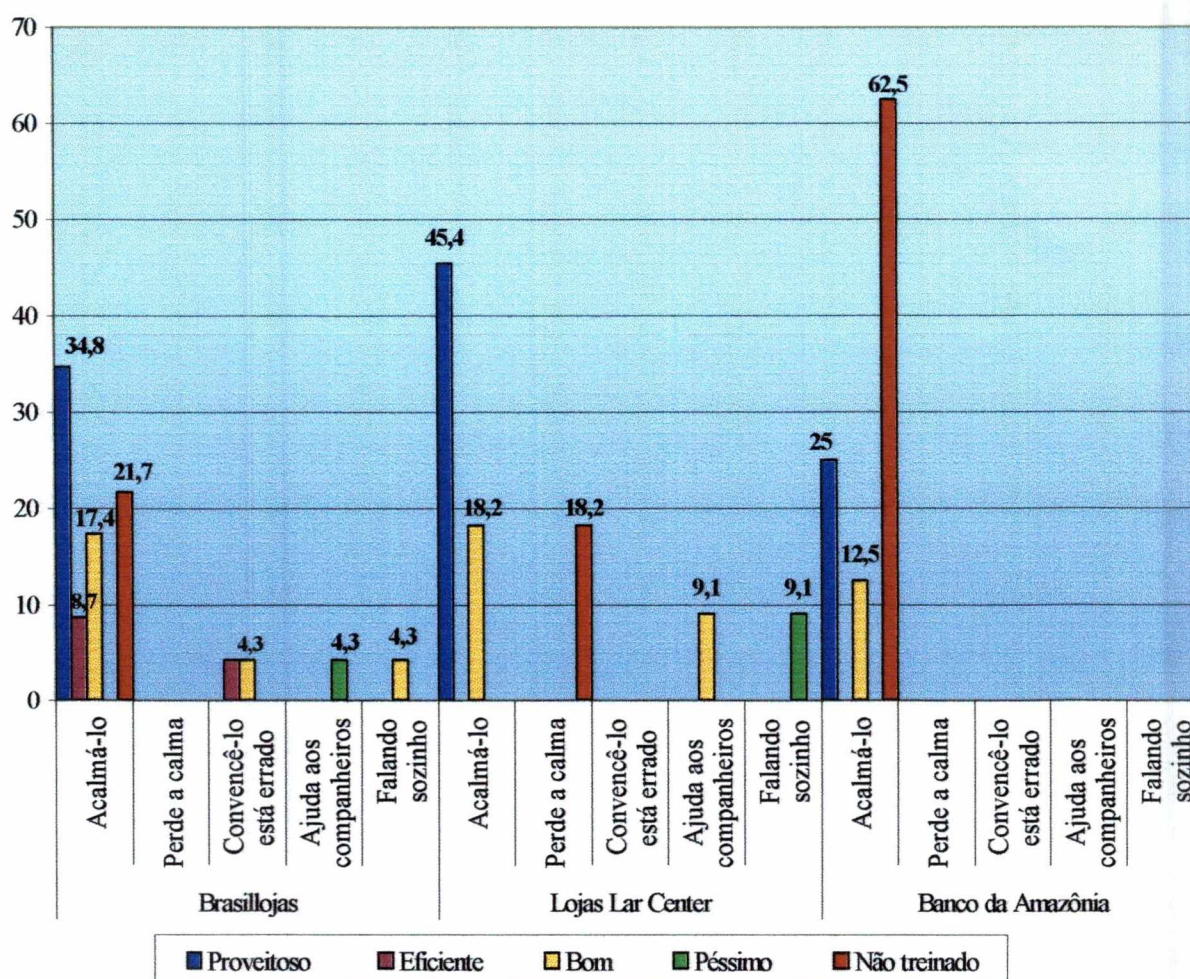
Preciso de treinamentos específicos da área de trabalho.

Mediante o exposto observamos que há uma grande preocupação de empresas

envolvidas em programas de qualidade e produtividade, os quais exigem uma maior dose de participação do trabalhador, em capacitar seus funcionários através de treinamentos. Estas só terão resultados positivos à medida que os treinamentos incluam aspectos que promovam o desempenho criativo como a importância da motivação, a auto-imagem e interação da equipe.

Neste sentido os funcionários precisam ter consciência das reais necessidades de aprimoramento profissional, tendo com isso destaque entre as demais empresas existentes no mercado, procurando sempre desempenharem seus papéis com compromisso, segurança, mostrando suas habilidades, aplicando técnicas eficazes, garantindo reconhecimento da empresa e conseqüentemente aumentando seu compromisso com o sucesso da empresa.

Gráfico 4.1.2: Análise sobre os procedimentos e os treinamentos realizados na empresa



De acordo com o cruzamento entre a proatividade como competência dos novos tempos e a importância do cliente bem atendido, 8,68%(n=2) dos funcionários da **Comercial Brasillojas**, responderam que a proatividade dota as pessoas de energia, sendo que, 4,34%(n=1) acham que o bom atendimento ao cliente ajuda a atingir os objetivos da empresa, 4,34%(n=1) disseram que o bom atendimento eleva a imagem da empresa, 26,07%(n=6) escolheram lidar com o novo em relação a proatividade. Referente ao bom atendimento 13,04%(n=3) marcaram que o cliente volta sempre 4,34%(n=1) informaram que é bom para atingir os objetivos da empresa 8,69%(n=2) acreditam que enaltece a imagem da empresa. Dos 60,85%(n=15) que disseram que a proatividade influi na motivação, 39,13%(n=9) acham que o cliente volta sempre, 4,34%(n=1) assegura que é lucrativo, 4,34%(n=1) escolheu atingir os objetivos, 13,04%(n=3) admitiram que é bom para a imagem da empresa e 4,34%(n=1) responderam que a proatividade não significa nada e o bom atendimento influencia na imagem da empresa.

Na **Lojas Lar Center**, 18,18%(n=2) afirmaram que a proatividade dota as pessoas de energia com relação ao bom atendimento 9,09%(n=1) acreditam que o cliente volta sempre, 9,09%(n=1) disseram que influencia na imagem da empresa, 54,54%(n=9) optaram em lidar com o novo, dentre estes, 27,27%(n=3) reconhecem que o cliente volta sempre, 9,09%(n=1) admitem que é lucrativo 18,18%(n=2) preferiram a boa imagem da empresa, 27,27%(n=3) admitem que a proatividade influencia na motivação e que o cliente volta sempre.

No **Banco da Amazônia S/A**, 37,5%(n=3) disseram que a proatividade dota as pessoas de energia e o bom atendimento engrandece a imagem da empresa, 37,5%(n=3) optaram em lidar com o novo, sendo que 12,5%(n=1) indicaram que o cliente volta sempre 25%(n=2) acreditaram que a proatividade influencia na motivação, sendo que 12,5%(n=1) escolheram atingir os objetivos e 12,5%(n=1) optaram pela boa imagem da empresa.

Tabela 4.1.3: Análise sobre o bom atendimento e a proatividade

Bom Atendimento	Proatividade							
	Dota pessoas de energia		Lidar com o novo		Influi na motivação		Não significa nada	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas								
Volta sempre	-	-	3	13.0	9	39.1	-	-
Lucrativo	-	-	-	-	1	4.3	-	-
Atingir objetivos	1	4.3	1	4.3	1	4.3	-	-
Imagem da Empresa	1	4.3	2	8.7	3	13.0	1	4.3
Total	23				100%			
Lojas lar Center								
Volta sempre	1	9.1	3	27.3	3	27.3	-	-
Lucrativo	-	-	1	9.1	-	-	-	-
Atingir objetivos	-	-	-	-	-	-	-	-
Imagem da Empresa	1	9.1	2	18.2	-	-	-	-
Total	11				100%			
Banco da Amazônia S/A								
Volta sempre	-	-	1	12.5	-	-	-	-
Lucrativo	-	-	-	-	-	-	-	-
Atingir objetivos	-	-	-	-	1	12.5	-	-
Imagem da Empresa	3	37.5	2	25.0	1	12.5	-	-
Total	8				100%			

Este cruzamento entre a proatividade como uma das competências dos novos tempos e a importância de um bom atendimento, são algumas das iniciativas positivas dos funcionários para superar as expectativas em relação aos clientes, mostrando competência no desempenho de suas tarefas.

Segundo análise observamos que numa época de acirrada concorrência, do surgimento de novas empresas e novos serviços, com o comércio tradicional enfrentando também a abertura de novos nichos no mercado e novas formas de vender produtos e serviços, é preciso atentar para a questão do Atendimento ao Cliente. Sem dúvida alguma, a implantação de uma política e de um programa de Atendimento de Excelência se faz impor

com urgência no planejamento e na ação da empresa. O cliente continua escolhendo preço, mas a novidade é que está agregando qualidade. E essa qualidade pode estar no produto no atendimento ou em ambas.

O estágio proativo se destaca entre outros pela qualidade das informações e questionamentos formulados durante uma entrevista de seleção “Ele procura se colocar em uma situação futura, o que permite fazer considerações com maior aprofundamento e qualidade”. (LUIZA, 2003, p. 01):

Observamos que entre as empresas analisadas o **Banco da Amazônia S/A** destacou-se com 37,5%(n=3) onde os funcionários afirmaram que a proatividade dota as pessoas de energia e o bom atendimento eleva a imagem da empresa. Em relação a proatividade a **Lar Center** se sobressaiu com 27,7%(n=3) onde disseram que preferem lidar com o novo e que o cliente volta sempre depois de um bom atendimento. Na **Comercial Brasillojas** 39,13%(n=9) marcaram que a proatividade influi na motivação e que o cliente volta sempre.

Contudo, entrevistando os funcionários e perguntando, você é um funcionário proativo em relação aos seus clientes?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A afirma que:

Sim, procuro me antecipar as expectativas dos clientes, ou seja, o que eles desejam e esperam que eu faça como Banco.

Concordando com o funcionário 2 da empresa Lar Center que responde:

Sim, atendo os clientes de forma amigável para que eles retornem.

Tendo a mesma visão do funcionário 3 da empresa Lar Center que diz:

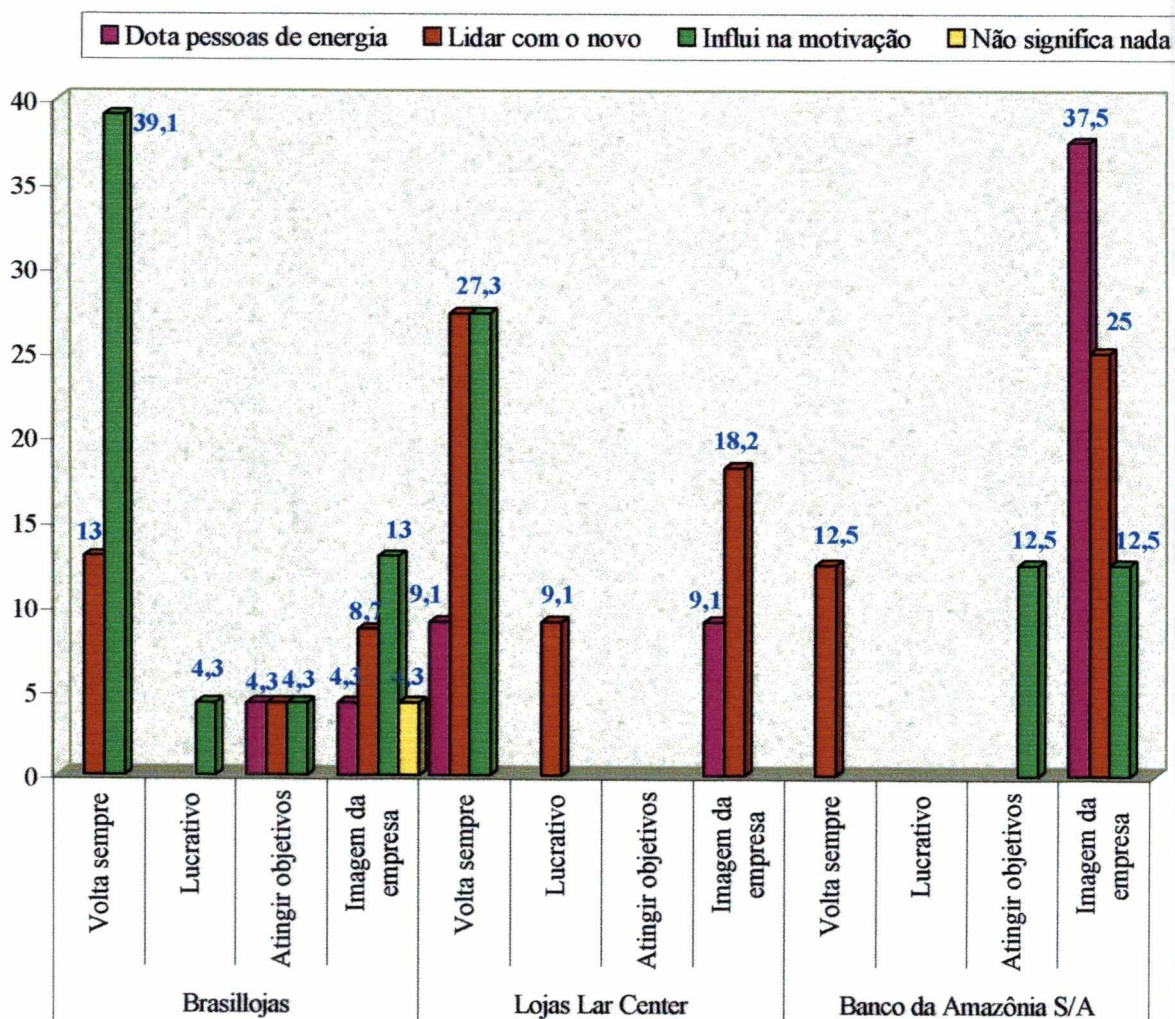
Sim, os clientes são de grande importância para esta empresa.

Diante dos fatos concluímos que as empresas já perceberam que o atendimento faz parte do seu “marketing” e mais: faz a diferença. O marketing uma política de gestão de Recursos Humanos deve, portanto, para ser coerente com as finalidades da organização, contemplar de forma intensa a busca da satisfação e comprometimento dos empregados como veículo de atração e fidelização dos clientes.

É uma das suas armas mais eficientes e de menor valor, por isso estão investindo na melhoria de seus quadros, qualificando seus funcionários e colaboradores, exigindo mais atenção, presteza e eficiência nos serviços suplementares. O que significa dizer que a Qualidade no Atendimento não é uma “ação de linha de frente”, mas um conjunto de iniciativas permanentes e uniformes.

Neste sentido, observamos que o mundo está em constante evolução e quem conseguir perceber e captar na frente as tendências terá mais tempo para entender o futuro, buscar o conhecimento e elaborar sua reação.

Gráfico 4.1.3: Análise sobre o bom atendimento e a proatividade



4.2 Detectando fatores que repercutem na desmotivação funcional nas empresas

Analisando o cruzamento entre remuneração mensal dos colaboradores e que benefícios elevariam seu comprometimento com a empresa, na **Comercial Brasillojas**, 52,14% (n=12) afirmaram que recebem um salário mínimo e os benefícios para elevação do seu comprometimento, 21,73% (n=5) optaram por aumento de salário, 4,34% (n=1) preferiram transferência de setor, 8,69% (n=2) escolheram elevação de cargos, 13,03% (n=3) optaram pelo bom relacionamento com a administração, 4,34% (n=1) preferiram comissões (horas extras). Os que ganham dois salários equivale a 34,76% (n=8), dentre esses, foram escolhidos os benefícios, assistência médica 8,69% (n=2), transferência de setor 4,34% (n=1), ficaram com o bom relacionamento com a administração 17,39% (n=4), optaram por comissão 4,34% (n=1). Remuneração de três a cinco salários correspondem a 13,63% (n=3) 8,69%(n=2) escolheram de benefício o bom relacionamento com a administração e 4,34% (n=1) preferiram comissão.

Na **Lojas Lar Center**, 9,09%(n=1) recebem um salário mínimo e de benefício escolheram aumento de salário, 63,63%(n=7) ganham dois salários mínimos com os seguintes benefícios, aumento de salário 36,36%(n=4), assistência médica 9,09%(n=1), transferência de setor 9,09%(n=1) elevação de cargo 9,09%(n=1). Os que ganham de três a cinco salários equivale a 27,7%(n=3) os benefícios, aumento de salário 9,09%(n=1), transferência de setor 9,09%(n=1), bom relacionamento com a administração 9,09%(n=1).

No **Banco da Amazônia S/A**, os que recebem de três a cinco salários mínimos totalizam 37,5%(n=3) os benefícios, aumento de salário 12,5%(n=1), assistência médica 12,5%(n=1) bom relacionamento com a administração 12,5%(n=1). Os que ganham acima de oito salários totalizam 62,5%(n=5), sendo os benefícios, aumento de salário 12,5%(n=1), elevação de cargo 12,5%(n=1), bom relacionamento com a administração 37,5%(n=3).

Tabela 4.2.1: Análise entre os benefícios e a remuneração dos funcionários

Benefícios	Remuneração							
	01 salário		02 salários		03 a 05 salários		Acima de 08 salários	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas								
Aumento de salário	5	21.7	-	-	-	-	-	-
Assistência médica	-	-	2	8.7	-	-	-	-
Transferência de setor	1	4.3	1	4.3	-	-	-	-
Elevação de cargo	2	8.7	-	-	-	-	-	-
Bom relacionamento c/ administração	3	13.0	4	17.4	2	8.7	-	-
Comissão (horas extras)	1	4.3	1	4.3	1	4.3	-	-
Total	23				100%			
Lojas Lar Center								
Aumento de salário	1	9.1	4	36.4	1	9.1	-	-
Assistência médica	-	-	1	9.1	-	-	-	-
Transferência de setor	-	-	1	9.1	1	9.1	-	-
Elevação de cargo	-	-	1	9.1	-	-	-	-
Bom relacionamento c/ administração	-	-	-	-	1	9.1	-	-
Comissão (horas extras)	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	11				100%			
Banco da Amazônia S/A								
Aumento de salário	-	-	-	-	1	12.5	1	12.5
Assistência médica	-	-	-	-	1	12.5	-	-
Transferência de setor	-	-	-	-	-	-	-	-
Elevação de cargo	-	-	-	-	-	-	1	12.5
Bom relacionamento c/ administração	-	-	-	-	1	12.5	3	37.5
Comissão (horas extras)	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	8				100%			

Este cruzamento entre remuneração e que benefício elevaria seu comprometimento com a empresa mostra que a organização deve estar voltada às necessidades e desejos dos funcionários, não esquecendo de promovê-los e dar incentivo que servirá de subsídios para a auto estima de suas equipes de trabalho. E detectando fatores que

repercutem na desmotivação dos funcionários.

Feita a análise observamos a preocupação das empresas com as novas formas de capacitação profissional dos empregados, que diariamente tem que ser altamente qualificado, a fim de acompanhar as urgentes mudanças. E essas mudanças geram impactos de grande importância nas empresas, buscando alinhar sua cultura a um novo contexto empresarial.

Com isso as empresas buscam adequar os seus sistemas tradicionais de remuneração ao novo conceito de remuneração estratégica, onde a remuneração passa a focar o empregado e não mais o cargo, estimula o trabalho em equipe, buscando a qualidade e produtividade maiores a custo cada vez menores.

Assim pode-se remunerar de forma altamente competitiva. Fazendo com que o empregado procure estar altamente qualificado na execução de suas atividades sendo que quanto maior o seu grau de conhecimento, maior poderá ser sua remuneração. “As empresas que querem prosperar devem alinhar seus sistemas de remuneração com suas estratégias” (COOPERS & OYBRAND, 1995, p. 5)

Verificamos entres as empresas analisadas que a **Comercial Brasillojas** com 21,73%(n=5) destacou-se com os funcionários que recebem um salário mínimo e querem aumento de salário. A **Loja Lar Center**, salientou-se com os funcionários que ganham dois salários mínimos e almejam aumento. O **Banco da Amazônia S/A** com 12,5%(n=1) sobressaiu-se com os que recebem de três a cinco salários mínimos e reivindicam aumento, assistência médica e bom relacionamento com a administração.

Todavia, entrevistando e perguntando aos funcionários, os benefícios que recebe desta empresa, atendem suas necessidades. Em relação a sua remuneração mensal você está satisfeito?

O Funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, argumenta:

As necessidades das pessoas quase nunca estão satisfeitas, entretanto me sinto satisfeito com os benefícios que recebo, inclusive remuneração mensal.

Enquanto o funcionário 2 da empresa Lar Center responde:

Aqui, os funcionários são pouco valorizados, o salário não atende aos meus anseios

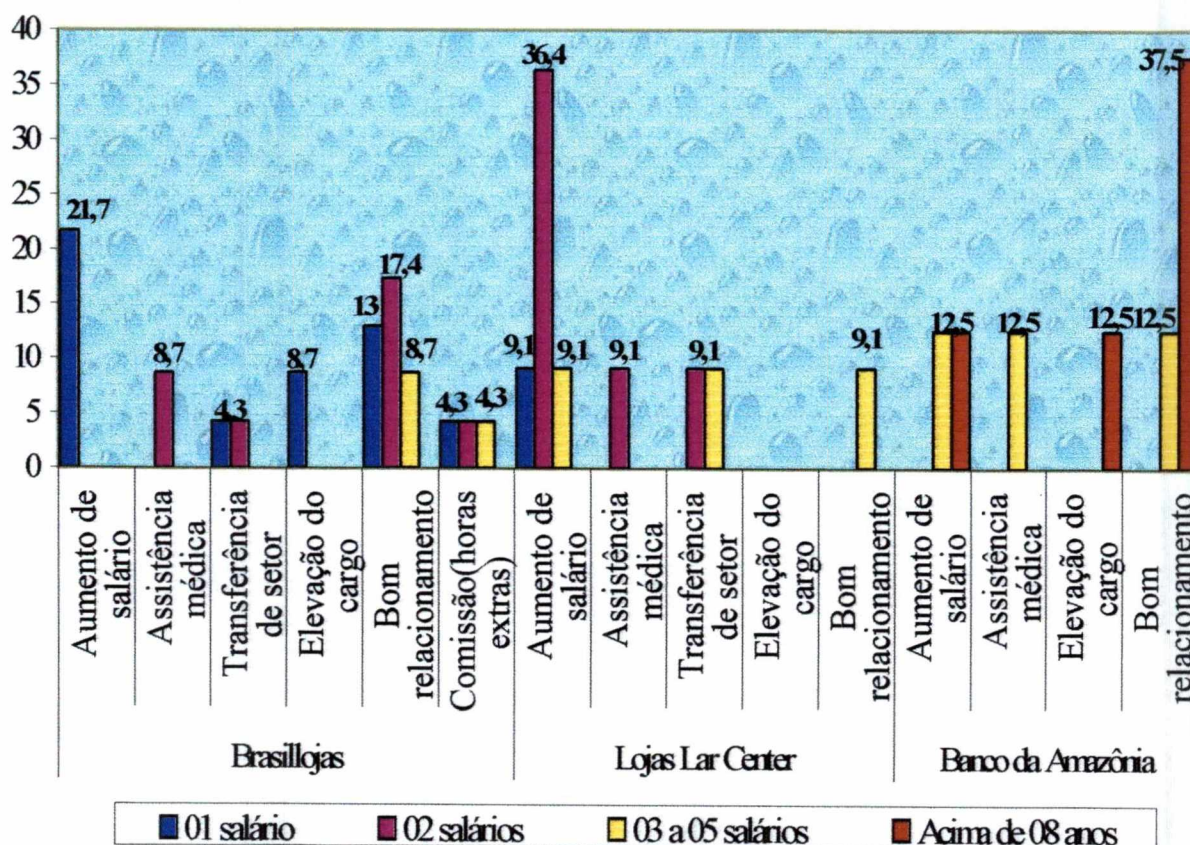
Sendo que o funcionário 3 da empresa Lar Center afirma:

As necessidades básicas são atendidas, entretanto não estou satisfeito com o salário.

Sendo assim a necessidade de tornar-se competitiva e obter melhor performance em seus resultados tem feito as empresas mudarem suas formas de remunerar os funcionários.

Mediante estudos vimos que hoje quando se fala em remunerar dentro das grandes empresas, não podemos simplesmente pensar em pagar um salário para um determinado cargo, deve-se lembrar que a remuneração deve ir ao encontro dos objetivos, das necessidades, das prioridades e dos valores da empresa, bem como dos profissionais que queremos reter ou atrair no mercado.

Gráfico 4.2.1: Análise entre os benefícios e a remuneração dos funcionários



Verificando o cruzamento ente a opinião do empregado em achar o trabalho cansativo e as melhorias que deveriam ser feitas para elevar a sua participação na empresa, na **Comercial Brasillojas**, 17,36%(n=12) acham o trabalho cansativo e as melhorias seriam: na rotina do trabalho 1,44%(n=1), rodízios de cargo 5,79%(n=4), novas técnicas 5,79%(n=4), gerentes competentes 4,34%(n=3). Os que não acham o trabalho cansativo correspondem 8,65%(n=6) e querem os ajustes, mudança na rotina de trabalho 1,44%(n=1), rodízios de cargo 2,89%(n=2), novas técnicas 1,44%(n=1), novos gerentes 1,44%(n=1) e gerentes competentes 1,44%(n=1). Funcionários que afirmaram que às vezes o trabalho é cansativo totalizam 73,88%(n=51), sendo os reajustes, na rotina do trabalho 20,28%(n=14), rodízios de cargos 17,39%(n=12), novas técnicas 21,73%(n=15), novos dirigentes 8,69%(n=6), gerentes competentes 5,79%(n=4).

Na **Loja Lar Center**, 36,36%(n=12) afirmaram que o trabalho é cansativo e as melhorias devem ser na rotina do trabalho 9,09%(n=3), rodízios de cargo 9,09%(n=3), novas técnicas 9,09%(n=3), novos dirigentes 6,06%(n=2), gerentes competentes 3,03%(n=1). Disseram que não existe fadiga no trabalho 45,45%(n=15) e querem ajustes na rotina de trabalho 12,12%(n=4), rodízios de cargo 9,09%(n=3), novas técnicas 12,12%(n=4), novos dirigentes 9,09%(n=3), gerentes competentes 3,03%(n=1). Às vezes o trabalho é cansativo correspondem a 18,18%(n=6) e as melhorias na rotina de trabalho 6,06%(n=2), rodízios 3,03% (n=1), novas técnicas 3,03%(n=1), novos dirigentes 3,03%(n=1), gerentes competentes 3,03%(n=1).

No **Banco da Amazônia S/A**, 24,08% dos colaboradores disseram que não sentem fadiga no trabalho e desejam mudanças na rotina do trabalho 8,33%(n=2), rodízios de cargos 4,16%(n=1), novas técnicas 8,33%(n=2), gerentes competentes 4,16% (n=1). A opção às vezes a função é cansativa equivale a 74,98%(n=18), entre eles 16,66%(n=4) quer mudança na rotina de trabalho, 16,66%(n=4) querem rodízios de cargos, 25%(n=6) apelam para as

novas técnicas 4,16%(n=1) escolheram novos dirigentes e 15,5%(n=3) e anseiam por gerentes competentes.

Tabela 4.2.2: Análise entre as melhorias na empresa e a fadiga

Melhorias na Empresa	Fadiga					
	Sim		Não		Às vezes	
	F	%	F	%	F	%
Brasillojas						
Rotina no trabalho	1	1.4	1	1.4	14	20.3
Rodízio de cargo	4	5.8	2	2.9	12	17.4
Novas técnicas	4	5.8	1	1.4	15	21.7
Novos dirigentes	-	-	1	1.4	6	8.7
Gerente competente	3	4.3	1	1.4	4	5.8
Total	23			100%		
Lojas Lar Center						
Rotina no trabalho	3	9.1	4	12.1	2	6.1
Rodízio de cargo	3	9.1	3	9.1	1	3.0
Novas técnicas	3	9.1	4	12.1	1	3.0
Novos dirigentes	2	6.1	3	9.1	1	3.0
Gerente competente	1	3.0	1	3.0	1	3.0
Total	11			100%		
Banco da Amazônia S/A						
Rotina no trabalho	-	-	2	8.3	4	16.7
Rodízio de cargo	-	-	1	4.2	4	16.7
Novas técnicas	-	-	2	8.3	6	25.0
Novos dirigentes	-	-	-	-	1	4.2
Gerente competente	-	-	1	4.2	3	12.5
Total	8			100%		

Este cruzamento entre a fadiga dos funcionários e as melhorias que elevariam a sua participação nas empresas, nos mostra a necessidade das empresas em mudar a rotina do trabalho para garantir um melhor desempenho dos colaboradores, e sanar os fatores que repercutem na desmotivação.

O estudo dos movimentos baseia-se na autonomia e fisiologia humana. Os efeitos da fadiga na produção do operário têm como finalidade eliminar movimentos inúteis da execução de uma tarefa, executar do ponto de vista fisiológico os movimentos úteis com a maior economia de esforço e tempo, dar aos movimentos uma seriação apropriada e econômica de movimentos.

Em suma a fadiga é considerada um redutor da eficiência. Para reduzi-la Gilberth propôs alguns princípios de economia de movimentos relativos ao uso do corpo humano, ao arranjo do material do local de trabalho e as ferramentas e equipamentos. A análise da divisão do trabalho e o estudo dos tempos e movimentos criaram uma reestruturação das operações industriais eliminando os movimentos desnecessários e economizando energia e tempo. Uma das decorrências do estudo dos tempos e movimentos foi a divisão do trabalho e a especialização do operário a fim de elevar sua produtividade.

A melhoria contínua de uma técnica de mudança organizacional suave e continua centrada nas atividades em grupo de pessoas. Começa da base para a cúpula e se estende a longo prazo. Visa a qualidade dos produtos e serviços e privilegia a melhoria gradual por meio da intensiva colaboração e participação das pessoas.

Trata-se de uma abordagem incremental e participativa para obter excelência na qualidade dos produtos e serviços a partir das pessoas.

Portanto melhoria significa um processo de gestão e cultura de negócios e que passou a significar aprimoramento implementado por meio do movimento ativo e comprometido de todos os membros da organização, é uma filosofia de contínuo

melhoramento de todos os empregados da organização, de maneira que realizam suas tarefas fazendo sempre melhor a cada dia, a fim de conquistar resultados específicos com eliminação de desperdício e a elevação de qualidade, reduzindo os custos dos projetos e tornando os clientes mais satisfeitos. “A fadiga predispõe o trabalhador a diminuição da produtividade e da qualidade do trabalho, perda de tempo, aumento da rotatividade de pessoal e doenças, acidentes e diminuição da capacidade de esforço”.(GILBRETH, 2000, p. 36)

Comparando as empresas percebemos que a **Comercial Brasillojas**, com 5,79%(n=4) destacou com relação aos funcionários que acham o trabalho cansativo e querem mudanças como rodízios de cargos e novas técnicas de trabalho. A **Loja Lar Center**, sobressaiu-se sobre as outras com 12,12%(n=4) afirmaram que o trabalho não é cansativo e que as melhorias almejadas são na rotina de trabalho e novas técnicas a serem introduzidas na empresa. O **Banco da Amazônia S/A**, com 25%(n=6) destacou-se afirmando que os funcionários às vezes ficam cansados e pedem novas técnicas como melhoria, que se baseia no empoderamento das equipes.

Todavia, entrevistando e perguntando aos funcionários a fadiga é considerada como redutor da eficiência, o que você sugere para melhoria nesse sentido, visando ascendência profissional?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, explica:

Que se adeque as tarefas a quantidade de mão de obra suficiente e necessária para realização, assim como se promova condições de trabalho desejáveis.

Enquanto o funcionário 2 da empresa Lar Center diz:

O ideal seria uma sala de diversão no fundo da loja para descontração.

Sendo que o funcionário 3 da empresa Lar Center responde:

Precisamos de uma sala de leitura para nos mantermos informados.

O Empowerment traz uma diferença significativa na melhoria dos produtos e serviços, na satisfação do cliente, na redução de custos e de tempo, trazendo economias para a

organização e satisfação das pessoas envolvidas. E para isto a organização deve estar aberta às mudanças na sociedade, na tecnologia e às novas necessidades dos clientes.

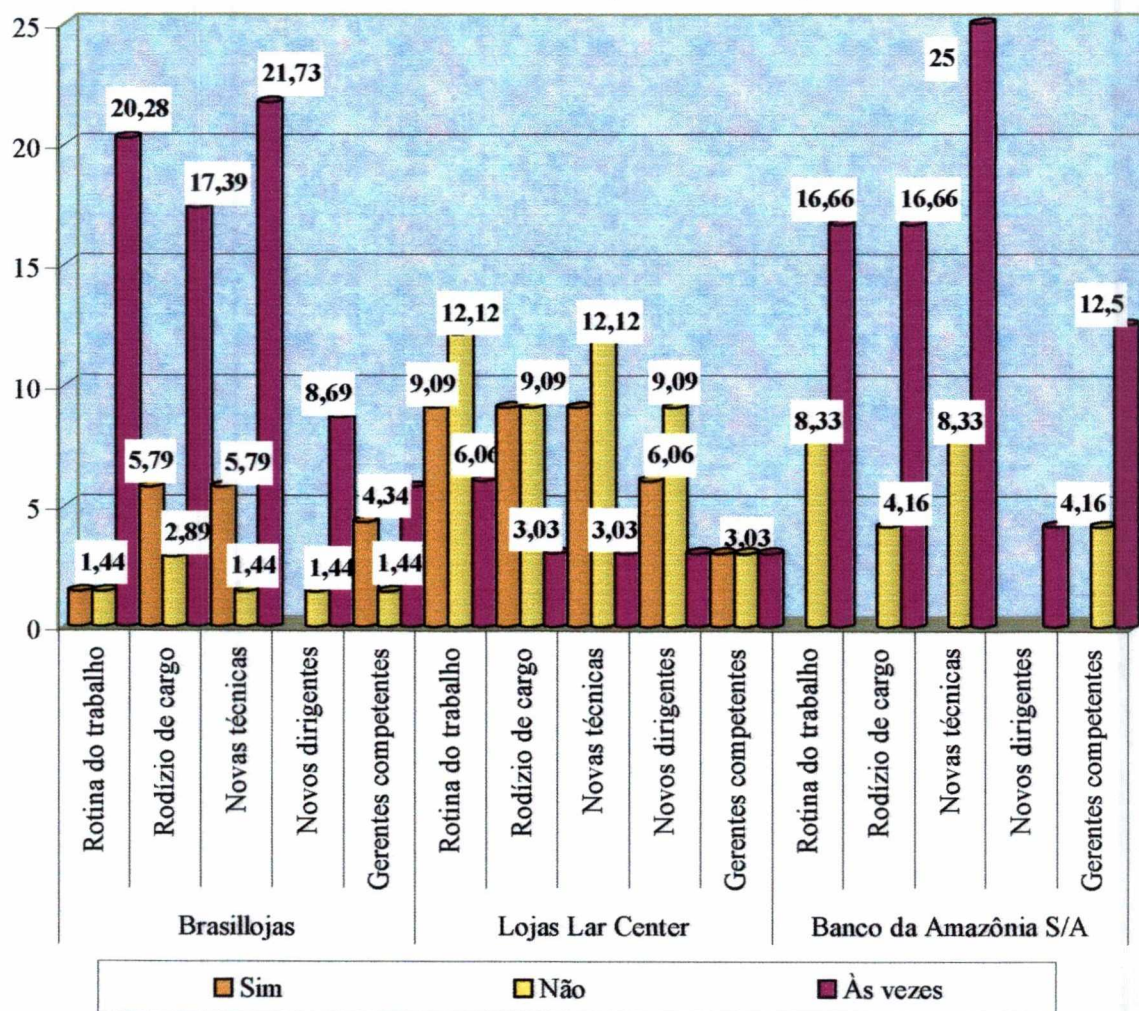
O aperfeiçoamento contínuo conduz à organização que se ultrapasse a cada momento, quando esta oferece mais do que lhe é cobrado, ganha a admiração de todos.

Neste sentido observa-se que a necessidade de novas formas de estruturação do trabalho nas empresas onde prevalecem o comprometimento, a motivação e o envolvimento dos funcionários na análise e solução de problema, promovendo um processo contínuo de melhorias tem sido um constante desafio em várias organizações.

Diante do exposto concluímos que para a empresa prosperar em suas atividades profissionais, independentemente do setor, é relevante a participação de todo o corpo funcional, e este deve está em condições adequadas, tanto mental quanto físico. Portanto a empresa deve ter como prioridade seus colaboradores, preocupando-se com eles, analisando suas opiniões, procurando as melhorias adequadas a empresa, objetivando a qualidade no atendimento e elevação da produtividade, que refletirá significativamente na lucratividade da empresa.

A procura pela melhoria contínua no cotidiano, é objetivo de toda empresa, tanto no processo de manufatura, quanto na administração, e no relacionamento com os fornecedores e clientes. O fato de buscar a melhoria contínua passa a ser nos dias atuais, uma característica estratégica de encarar a competição e o mercado, não bastando apenas produzir bem o produto, no mundo atual, de intensa competição internacional, o enfoque somente em “ter o produto entregue” é uma abordagem não competitiva”. A filosofia corporativa que busca uma vantagem competitiva deve incluir a contínua melhoria do sistema como um dos seus sustentáculos. O envolvimento total das pessoas nas decisões tomadas pela empresa, desenvolve-se o senso de propriedade, onde todos trabalham no sentido do bem comum e se sintam gratificados e estimuladas.

Gráfico 4.2.2: Análise entre as melhorias na empresa e a fadiga



Com relação ao cruzamento do comprometimento da empresa com os funcionários e os fatores que os motivam, a **Comercial Brasillojas** se compromete com a saúde segundo 13,03%(n=2) dos funcionários, o que os motiva: bem estar social 8,69%(n=2) comunicação 4,34%(n=1). Comprometimento da empresa com a saúde 8,68%(n=2) o que os motiva alto salário 4,34%(n=1) tarefas interessantes 4,34%(n=1) capacitação profissional 30,43%(n=7) dentre o que os motiva: bem estar social 17,34%(n=4) tarefas interessantes 13,04%(n=3). Os que disseram que a empresa se compromete agradecendo o empenho 4,34%(n=1) e o que lhe motiva é o bem estar social. Salário atualizado e o comprometimento correspondem a 30,42%(n=7) e o que os motiva bem estar social 13,04%(n=3) alto salário 8,69%(n=2) e tarefas interessantes 8,69%(n=2).

Na **Lojas Lar Center**, 36,36%(n=4) alegam que a mesma tem comprometimento com a capacitação profissional e são motivados por: bem estar social 9,09%(n=1) ascensão de cargo 9,09%(n=1) alto salário 9,09%(n=1) tarefas interessantes 9,09%(n=1) a empresa agradece o empenho 9,09%(n=1) e o que o motiva é o alto salário. Salário atualizado 36,6%(n=4) e são motivados por bem estar social 27,27%(n=3) alto salário 9,09%(n=1).

No **Banco da Amazônia S/A**, 50%(n=4) disseram que a empresa é comprometida com a capacitação profissional, sendo que o que mais motiva é o bem estar social 25%(n=2) tarefas interessantes 25%(n=2) agradecimento de empenho 12,5%(n=1) e são motivado por tarefas interessantes.

Tabela 4.2.3: Análise sobre a motivação e o comprometimento da empresa com seus funcionários

Motivação	Comprometimento da empresa											
	Com saúde		Problemas		Capacidade profissional		Agradece empenho		Salário atualizado		Não optou	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Brasillojas												
Bem estar social	2	8.7	-	-	4	17.4	1	4.3	3	13.0	3	13.0
Ascensão de cargo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alto salário	-	-	1	4.3	-	-	-	-	2	8.7	-	-
Tar. interessantes	-	-	1	4.3	3	13.0	-	-	2	8.7	-	-
Comunicação	1	4.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	23						100%					
Lojas Lar Center												
Bem estar social	-	-	-	-	1	9.1	-	-	3	27.3	-	-
Ascensão de cargo	-	-	-	-	1	9.1	-	-	-	-	-	-
Alto salário	-	-	-	-	1	9.1	1	9.1	1	9.1	-	-
Tar. interessantes	-	-	-	-	1	9.1	-	-	-	-	-	-
Comunicação	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	-	-	2	18.2	-	-	-	-
Total	11						100%					
Banco da Amazônia S/A												
Bem estar social	-	-	-	-	2	25.0	-	-	-	-	-	-
Ascensão de cargo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alto salário	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tar. interessantes	-	-	-	-	2	25.0	1	12.5	-	-	-	-
Comunicação	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não optou	-	-	-	-	3	37.5	-	-	-	-	-	-
Total	8						100%					

Segundo cruzamento entre comprometimento da empresa e motivação, revela fator sobre como a organização deve proceder em relação a seus funcionários, oferecendo benefícios que os levem a entender o quanto o comprometimento da organização é importante e que esses incentivos estejam em sintonia com suas necessidades elevando seu grau de satisfação .

[...] vejo a motivação como uma energia interna do sujeito, uma energia que ele traz dentro de si e aplica nas atividades que deseja. Ela remonta das suas necessidades, dos seus instintos, do seu inconsciente, daqueles que ele mesmo sabe o que é e o move em busca de seus sonhos, dos seus desejos e dos seus objetivos[...] (CASTRO, 2003. p.1).

Baseada nesta análise vimos que quando uma pessoa se põe a caminho de um objetivo, ela não necessariamente está motivada a atingir este objetivo. Os fatores que a levam a caminhar naquela direção podem-lhe ser intrínsecos. Sabemos que muitas vezes um funcionário sente-se levado a fazer algo para evitar um punição, ou para conquistar uma recompensa, também podem agir levado por um impulso interno, por uma necessidade interior. Essa motivação que existe pode ser transformada em movimento permanente por meio da doutrinação. Aliás é isso que as empresas buscam, porém, na maioria das vezes, o que se vê é a aplicação de técnicas de estímulo e movimento imediatista, que é uma situação passageira. Além disso, a eliminação dos estímulos normalmente provoca insatisfação e um comportamento indesejável.

Constatamos que nas três empresas analisadas o **Banco da Amazônia S/A**, se salientou com 25%(n=2) no, preocupação com a capacitação dos funcionários, e o que os motiva é o bem estar social e tarefas interessantes.

Não obstante, entrevistando perguntamos aos funcionários, qual o grau de comprometimento da empresa com seus funcionários. Que fatores contribuem para que estes se sintam satisfeitos?

O Funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A explica:

A empresa está caminhando a passos largos para uma melhor condição de trabalho, ambiente saudável e remuneração adequada.

Enquanto o funcionário 2 da empresa Lar Center responde:

A empresa se preocupa em atualizar o salário, mas gostaria de receber como benefício, tickets e planos de saúde etc.;

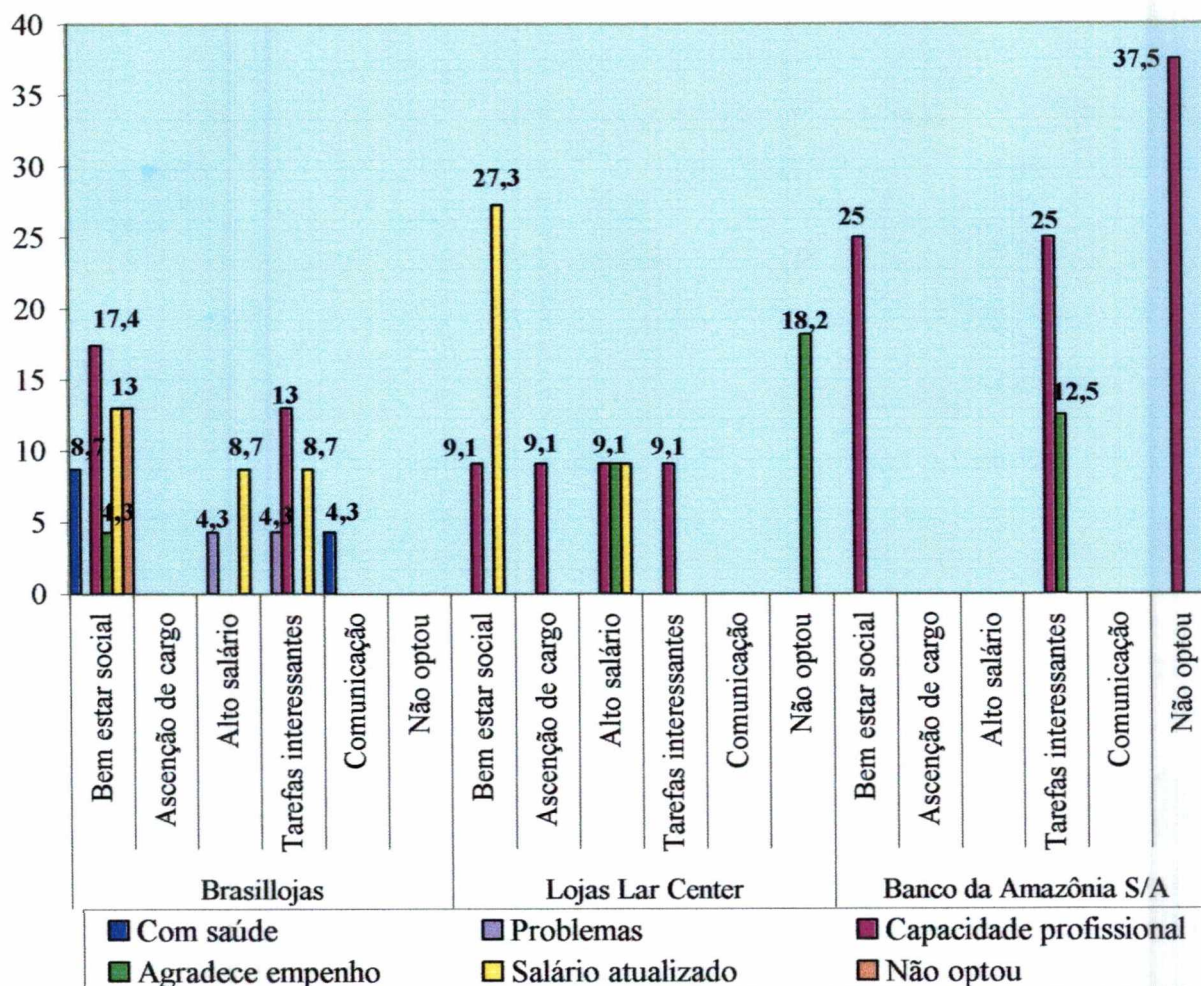
Sendo que do funcionário 3 da empresa Lar Center diz:

È razoável, pois o salário está atualizado.

Mediante o explicitado concluímos que o trabalho é uma experiência eminentemente emocional, e que a esperança é um atributo da inteligência emocional e implica a crença de que uma pessoa tem simultaneamente a vontade e os meios de atingir os seus objetivos. Protege as pessoas contra a apatia e a depressão, fortalecendo a sua capacidade de aceitar a derrota e de persistir no meio da adversidade. Esta investigação mostra que a maior parte dos funcionários são motivados pela psicologia da esperança: a expectativa e o desejo de que a situação futura vai ser melhor que a atual. Demonstrou-se que a esperança distingue as concretizações acadêmicas de pessoas com capacidades intelectuais diferentes. A empresa pode instilar esperança criando objetivos de mudança que sejam significativos.

A empresa que atinge a excelência, assegura a satisfação e o bem-estar de seus clientes, empregados, acionistas, vizinhos e comunidade. Essa postura é parte do que se chama visão holística. Faz parte também dessa visão o conceito de que cada empresa é parte indissolúvel de um todo formado por clientes e fornecedores e que o bem-estar e a prosperidade de cada empresa só é possível com o bem-estar do todo. Neste sentido o comprometimento de todos na obtenção e melhoria contínua da qualidade não se consegue apenas com discursos e exortações. A satisfação das necessidades humanas básicas é fundamental para a motivação das pessoas. Além da motivação, as pessoas deverão ter o conhecimento e habilidades necessárias, especialmente quanto ao conjunto de ferramentas e técnicas que precisam ser apreendidas. Por último, de pouco adianta a motivação e o conhecimento se a pessoa tiver suas iniciativas bloqueadas, sem justificativas plausíveis.

Gráfico 4.2.3: Análise sobre a motivação e o comprometimento da empresa com seus funcionários



4.3 Comparação de problemas operacionais e comportamentais que interferem no crescimento das empresas

Verificando o cruzamento entre a opinião dos funcionários a respeito dos objetivos que a empresa busca atingir e os beneficiados, quando a empresa atinge seus objetivos na **Comercial Brasillojas**, 91,29%(n=21) acreditam que são bons os objetivos que a empresa busca, sendo que a opinião referente aos beneficiados, você 13,04%(n=3), clientes 17,39%(n=4), a empresa 43,47%(n=10) todos se beneficiaram com os objetivos atingidos 17,39%(n=4). Os colaboradores que afirmaram os objetivos regulares 8,68%(n=2) e o

beneficiado, a empresa com 4,34%(n=1) e todos com 4,34%(n=1).

Na Loja **Lar Center** 99,99%(n=11) dos funcionários aprovam os objetivos da empresa, sendo 9,09%(n=1) são os funcionários os beneficiados 18,18% (n=2) os clientes, a empresa com 36,36%(n=4) e todos com 36,36%(n=4).

No **Banco da Amazônia S/A**, 100% concordam com os objetivos do Banco e os beneficiados são, clientes 12,5%(n=1), empresa 75%(n=6), todos 12,5% (n=1).

Tabela 4.3.1: Análise entre os beneficiados e os objetivos da empresa

Beneficiados	Objetivos da Empresa					
	Bons		Ruins		Regular	
	F	%	F	%	F	%
Brasillojas						
Você	3	13.0	-	-	-	-
Clientes	4	17.4	-	-	-	-
A Empresa	10	43.5	-	-	1	4.3
Todos	4	17.4	-	-	1	4.3
Total	23				100%	
Lojas Lar Center						
Você	1	9.1	-	-	-	-
Clientes	2	18.1	-	-	-	-
A Empresa	4	36.4	-	-	-	-
Todos	4	36.4	-	-	-	-
Total	11				100%	
Banco da Amazônia S/A						
Você	-	-	-	-	-	-
Clientes	1	12.5	-	-	-	-
A Empresa	6	75.0	-	-	-	-
Todos	1	12.5	-	-	-	-
Total	8				100%	

Esta análise foi feita com a real necessidade de detectarmos até que ponto os funcionários estão empenhados em atingir os objetivos da empresa e quem são os beneficiados, para que esses objetivos sejam alcançados, caberá a empresa verificar se existe

problema tanto operacional como comportamental que possam interferir no desenvolvimento da mesma.

Através desta pesquisa verificamos o grau de capacidade desta empresas em executarem efetivamente ações adaptadas, para suscitar as emoções adequadas durante o processo de mudanças que são constantes em uma organização. Essas ações determinam o nível de capacidade emocional e a probabilidade de efetuar grandes conquistas ou seja, o alcance de seus objetivos. Para que uma organização seja capaz, não é absolutamente necessário que a maior parte dos seus membros seja emocionalmente inteligente e sim que participem da empresa. Deve ser criado incentivo de forma a premiar o desempenho e a eficiência dos integrantes da equipe. “O objetivo de uma organização, seja ela pública ou privada sempre é, antes e acima de tudo procurar a satisfação de seus clientes que é em ultima análise a razão da sua existência” (NACFUR, 2003, p. 1)

Comparando as empresas em estudo verificamos que as três coincidiram com as opções relacionadas a satisfação dos funcionários referente aos objetivos buscados pela empresa, destacando-se entre as demais o **Banco da Amazônia S/A**, com 75%(n=8) dos funcionários que disseram estarem satisfeitos e que o beneficiado com o alcance desses objetivos é a empresa.

Contudo, entrevistando os funcionários perguntamos, os caminhos traçados pela empresa para atingir suas metas exige equipes empenhadas para obtenção das mesmas. Os funcionários contribuem para o alcance desses objetivos?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, explica:

Os empregados são as peças mais importantes para o alcance das metas e tem-se feito um trabalho de coesão das equipes, dando-lhe ferramentas para o alcance desses objetivos.

Sendo que o funcionário 2 da empresa Lar Center diz:

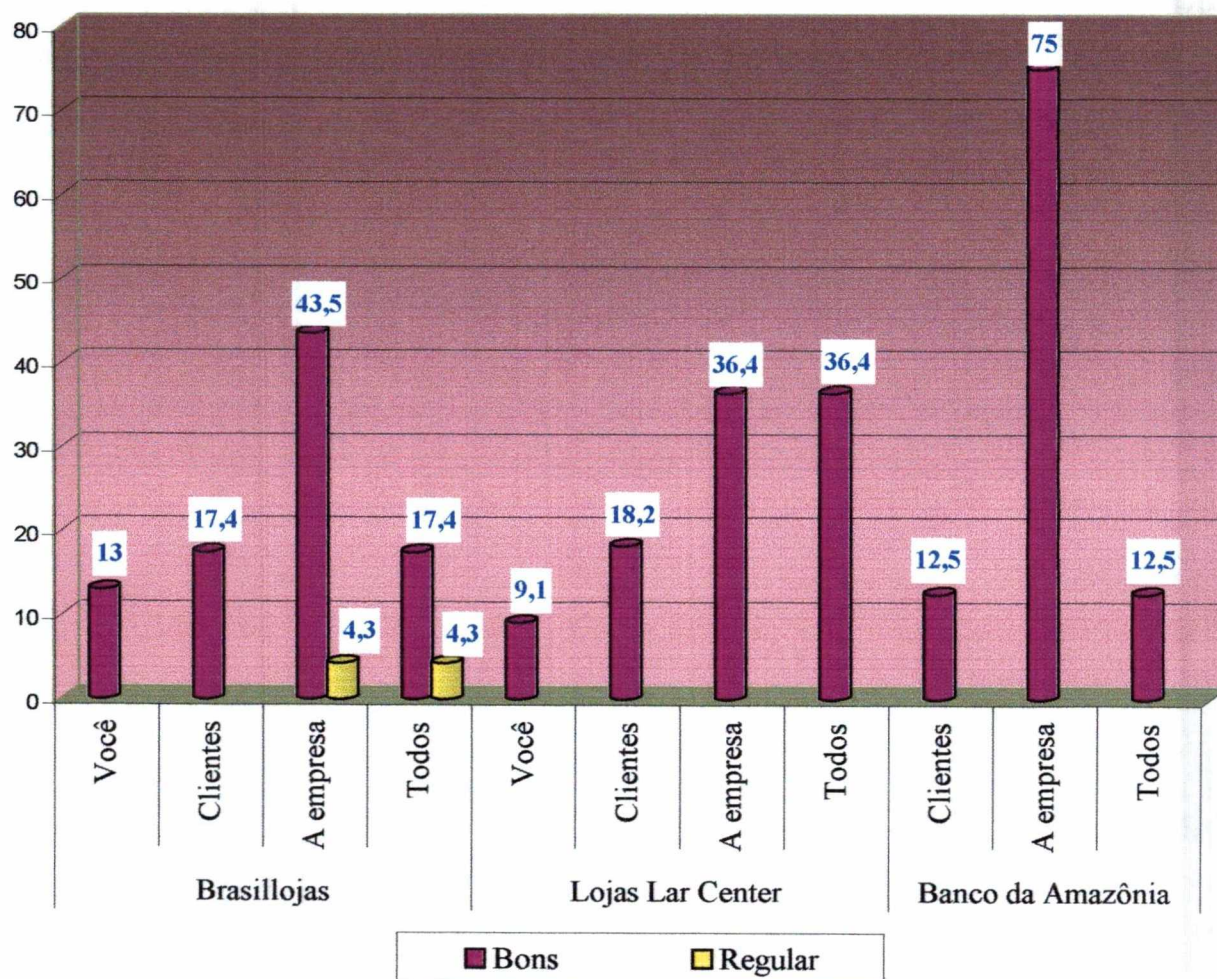
Com esforço e trabalho em equipe.

Enquanto o funcionário 3 da empresa Lar Center afirma:

Sim, com um bom desempenho, visando conquistar a população.

Diante do exposto concluímos que o crescimento de uma empresa depende do empenho e participação de todos os que dela fazem parte. Neste contexto é necessário que haja interação entre os membros da equipe para que estes sejam capazes de entender não só a necessidade da empresa, como os problemas dos colegas de equipe, trabalhando assim a empatia, que é um atributo fundamental da inteligência emocional. E determina o sucesso do apoio social e é um motivador do comportamento altruísta.

Gráfico 4.3.1: Análise entre os beneficiados e os objetivos da empresa



O cruzamento entre como são transmitidas as metas da empresa e a compreensão dos objetivos e sua finalidade, na **Comercial Brasillojas** 99,99%(n=23) responderam que as

metas são transmitidas através de reuniões, sendo que 82,60%(n=19) acham positivo a compreensão e 17,39%(n=4) ficaram com dúvidas.

Na **Loja Lar Center**, 72,72%(n=8) afirmaram que as reuniões são os métodos utilizados pela empresa para transmissão dos objetivos, 63,63%(n=7) compreendem os objetivos e 9,09%(n=1) não entendem. Os que disseram que as informações são passadas pessoalmente, equivale 18,18%(n=2) e compreendem o objetivo.

No **Banco da Amazônia S/A**, 50%(n=4) opinaram em reuniões e marcaram sim em relação a compreensão, transmissão através da escrita 37,5%(n=3) e disseram que compreendem os objetivos. Pessoalmente 12,5%(n=1) afirmaram que entendeu os objetivos.

Tabela 4.3.2: Análise entre a compreensão dos funcionários e a transmissão de metas nas empresas

Compreensão	Transmissão de metas							
	Reuniões		Por escrito		Pessoalmente		Não optou	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas								
Sim	19	82.6	-	-	-	-	-	-
Ficou em dúvida	4	17.4	-	-	-	-	-	-
Não entendeu	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	23				100%			
Lojas Lar Center								
Sim	7	63.6	-	-	2	18.2	1	9.1
Ficou em dúvida	-	-	-	-	-	-	-	-
Não entendeu	1	9.1	-	-	-	-	-	-
Total	11				100%			
Banco da Amazônia								
Sim	4	50.0	3	37.5	1	12.5	-	-
Ficou em dúvida	-	-	-	-	-	-	-	-
Não entendeu	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	8				100%			

Este cruzamento entre os meios de transmissão dos objetivos e a compreensão dos colaboradores. Nos mostra a eficiência dos métodos adotados pelas empresas e o grau de

entendimento dos colaboradores sobre as metas preestabelecidas pela empresa e seus impactos no aprimoramento das técnicas e as relações humanas relevantes para o desenvolvimento das organizações.

O maior objetivo das empresas é colocar-se no mercado e trazer a seus clientes total satisfação. Para isso as organizações estão sempre criando metas e as conseqüências da aplicação desses objetivos são visíveis, para a administração de pessoas, afetam-se a composição das equipes de trabalho, a capacitação e o comportamento dos colaboradores, daí a importância dos meios utilizados para repassar aos funcionários estas metas que se não compreendidos acarretam uma insuficiência na produtividade tanto individual quanto coletiva.

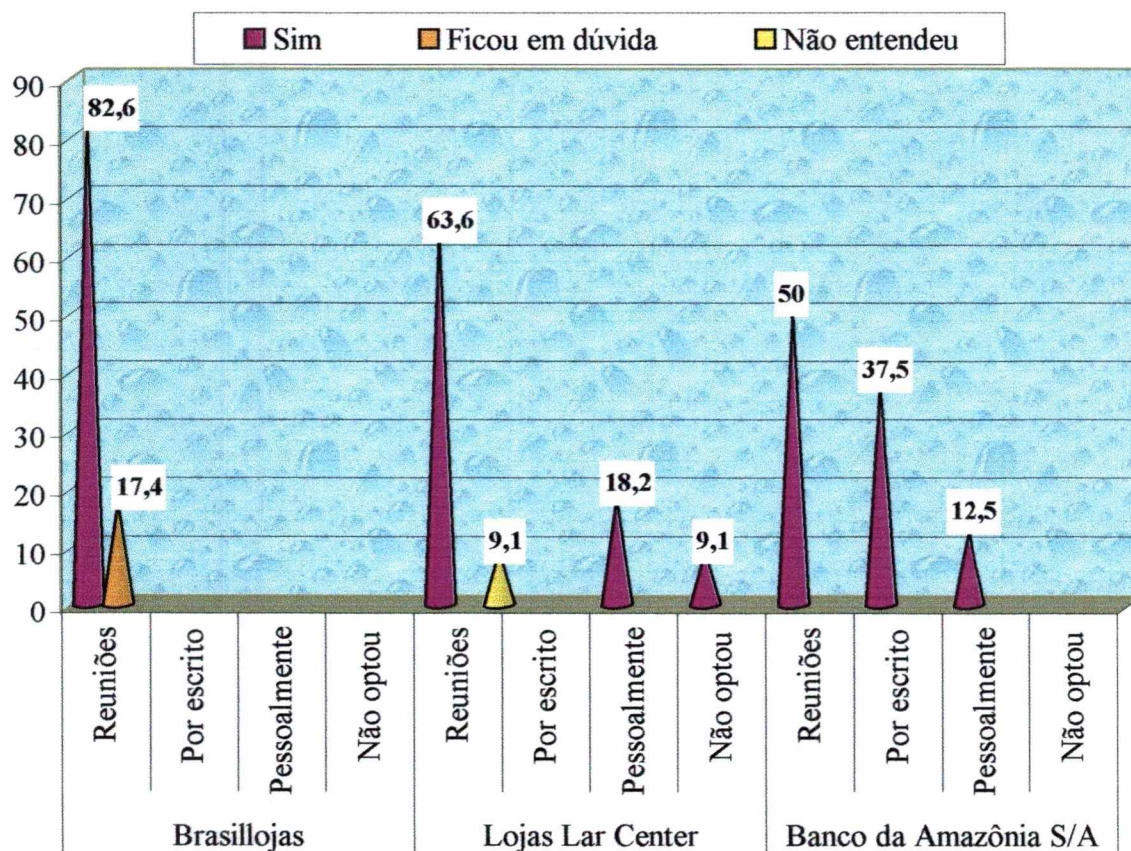
[...] Em uma organização as pessoas tem que compreender quais as metas a serem alcançadas. É para isto é preciso que saibam exatamente aonde querem chegar, como chegar e quando chegar. Também é primordial que todas essas metas sejam consistentes e se complementem. Em síntese que todas estejam seguindo na mesma direção. (MAITLAND, 2000.p.15)

Comparando as empresas em estudo observamos que houve uma coincidência com relação ao método adotado pelas empresas para a transmissão dos objetivos, salientando-se entre as outras a **Comercial Brasillojas** com 82,60%(n=19) que adotou a reunião e os funcionários compreenderam os objetivos.

O **Banco da Amazônia S/A**, com 37,5%(n=3) destacou com a utilização de transmissão da metas por escrito com um bom nível de compreensão.

Após avaliação concluímos que para a empresa atingir êxito no seu planejamento é necessário que a comunicação entre todo o corpo funcional e administrativo estejam em sintonia plena e direta, adequando-se às necessidades e limitações de cada colaborador e que ela tenha uma visão ampla do talento dos colaboradores que terão capacidade de produzir de forma a elevar o nível da organização. Entre as empresas estudadas mencionamos a **Comercial Brasillojas** com 82,60%(n=19) que adotou a reunião para transmissão dos objetivos e pela compreensão dos funcionários.

Gráfico 4.3.2: Análise entre a compreensão dos funcionários e a transmissão de metas nas empresas



Referente ao cruzamento entre a preferência dos colaboradores pela empresa em que trabalham e seus planos para o futuro com relação as empresas obtivemos na **Comercial Brasillojas**, 43,46%(n=11) preferiram a empresa pelo salário, com os planos para o futuro, continuar na empresa 4,34%(n=1), mudar de cargo 4,34%(n=1), montar seu próprio negócio 34,78%(n=8). Os que escolheram a empresa pelos benefícios 26,07%(n=6) com os planos, mudar de cargo 8,69%(n=2), viajar a serviço 8,69%(n=2). Escolheram também pela estabilidade 4,34%(n=1) e pretendem montar o próprio negócio. 26,72%(n=6) escolheu a qualificação profissional, e almejam continuar na empresa 8,69%(n=2), mudar de cargo 4,34%(n=1), ter seu próprio negócio 13,04%(n=3).

Na **Loja Lar Center**, 63,63%(n=7) escolheu a empresa pelo salário, sendo que os planos para o futuro, continuar na empresa 9,09%(n=1) mudar de cargo 9,09%(n=1),

mudar de empresa 9,09%(n=1) e montar seu próprio negócio 36,36%(n=4). Os que optaram por benefícios 9,09%(n=1) e pretendem continuar na empresa. 27,27%(n=3) dos colaboradores trabalham pela qualificação profissional os planos, são continuar na empresa 9,09%(n=1) mudar de cargo 9,09%(n=1), montar o próprio negócio 9,09%(n=1).

No **Banco da Amazônia S/A**, 37,5%(n=3) escolheram trabalhar pelo salário e pretendem, continuar na empresa 12,5%(n=1), montar o próprio negócio 25%(n=2). Aqueles que escolheram a empresa pela estabilidade 62,5%(n=5), sendo que 25%(n=2) querem mudar de cargo e 37,5%(n=3) pensam em montar o próprio negócio.

Tabela 4.3.3: Análise dos planos futuros e a preferência pela empresa

Planos futuros	Preferência pela empresa							
	Salários		Benefícios		Estabilidade		Qualificação profissional	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas								
Continuar na empresa	1	4.3	-	-	-	-	2	8.7
Mudar de cargo	1	4.3	2	8.7	-	-	1	4.3
Mudar de empresa	-	-	-	-	-	-	-	-
Viajar à serviço	-	-	2	8.7	-	-	-	-
Próprio negócio	8	34.8	2	8.7	1	4.3	3	13.0
Total	23				100%			
Lojas Lar Center								
Continuar na empresa	1	9.1	1	9.1	-	-	1	9.1
Mudar de cargo	1	9.1	-	-	-	-	1	9.1
Mudar de empresa	1	9.1	-	-	-	-	-	-
Viajar à serviço	-	-	-	-	-	-	-	-
Próprio negócio	4	36.4	-	-	-	-	1	9.1
Total	11				100%			
Banco da Amazônia								
Continuar na empresa	1	12.5	-	-	-	-	-	-
Mudar de cargo	-	-	-	-	2	25.0	-	-
Mudar de empresa	-	-	-	-	-	-	-	-
Viajar à serviço	-	-	-	-	-	-	-	-
Próprio negócio	2	25.0	-	-	3	37.5	-	-
Total	8				100%			

Esta análise entre a preferência pela empresa e planos para o futuro, evidencia que as pessoas trabalham para satisfazer necessidades ou sonhos profissionais, gerando expectativas de crescimento. E as organizações são veículos que o RH utiliza para atingi-los.

A escolha de uma empresa acontece de acordo com a capacidade de habilidades de cada profissional ou indivíduo. Neste contexto o processo de buscar novas habilidades e aptidões para ser mais produtivo e eficiente nos dá suporte para decisões futuras, e as relações internas e externas na empresa são fatores relevantes para tais decisões.

Um dos critérios de sucesso na Nova Economia será a capacidade de ser da empresa na escolha de talentos que necessitam para competir melhor. As empresas terão crescentes dificuldades para atrair e manter talentos da próxima geração, pois esses possuem valores muito diferentes sobre o trabalho, o mundo corporativo e a vida geral. [...] Vivemos o paradigma da informação, onde a velocidade e a capacidade de adaptação às mudanças, vivem o tamanho e a grandeza dos recursos.(PASCHOALETO, 2003.p.1)

Observando a análise nas empresas em estudo verificamos que a **Lar Center**, destacou-se com 36,36% (n=4) escolheram a empresa pelo salário e pretendem montar seu próprio negócio. O **Banco da Amazônia S/A**, também sobressaiu-se pela escolha da estabilidade na empresa com 37,5%(n=3) e querem montar seu próprio negócio.

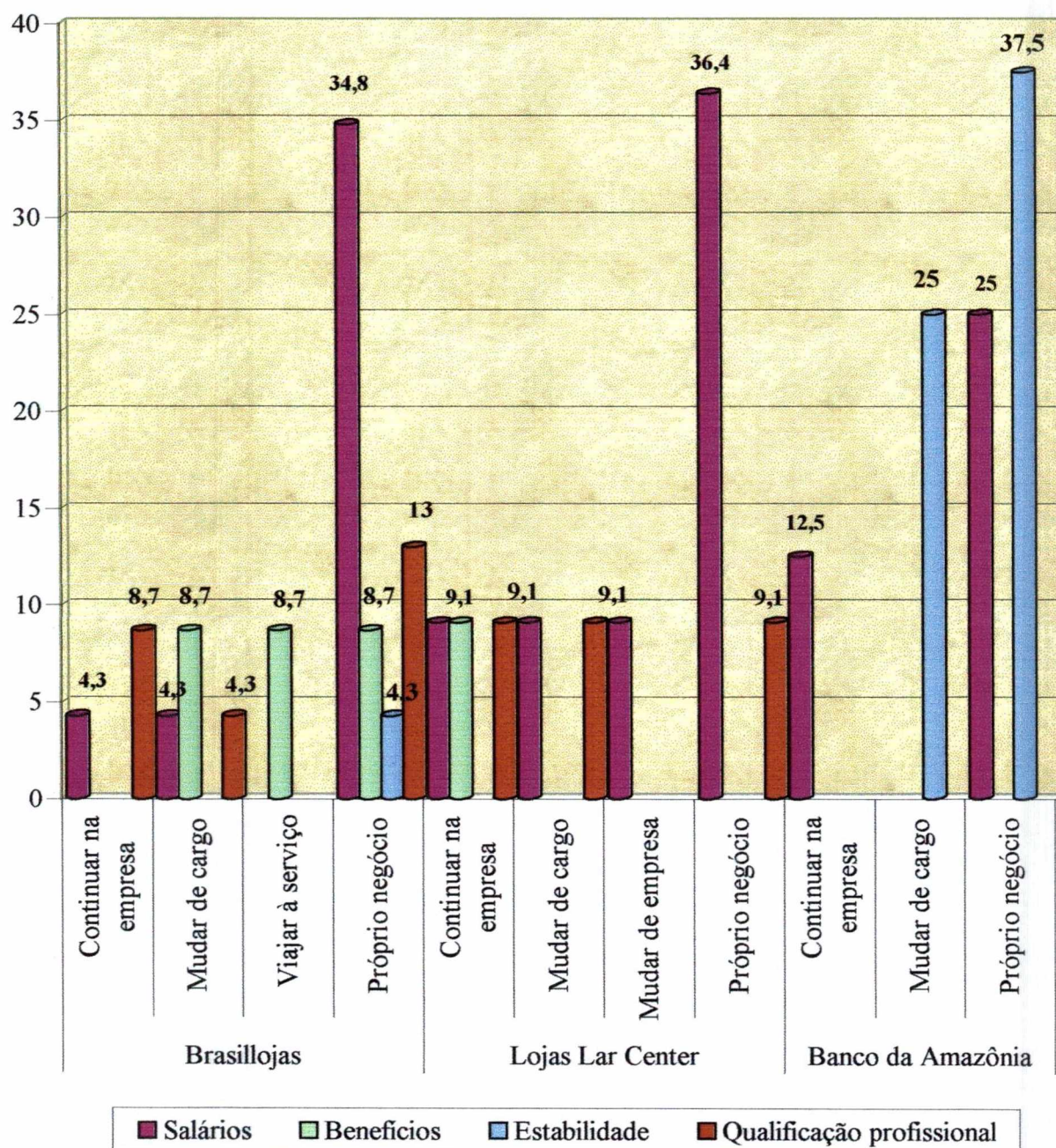
Concluimos que a empresa para ter preferência, se faz necessário possuir funcionários capacitados com aptidões para atuarem com eficiência. Não basta ser bom e ter competência técnica. Existem outros fatores fundamentais que compõem o que chamamos de Qualidade Percebida pelas pessoas quanto o que fazemos ou oferecemos.

Deste modo estamos vivendo em tempos onde a velocidade é a marca registrada desta era, velocidade de informação, comunicação e também velocidade com que o Bom Funcionário muda de emprego. Para que a empresa não desperdice tempo e dinheiro investindo em seus funcionários, primeiro tem que fazê-lo se apaixonar pela organização

onde trabalha, através de relações pessoais baseadas na confiança, honestidade, só assim obterá retorno.

Vimos também que o plano para o futuro da maior parte dos funcionários é montar seu próprio negócio. Para isso é preciso Planejamento e visão estratégica.

Gráfico 4.3.3: Análise dos planos futuros e a preferência pela empresa



4.4 Identificação dos pontos que interferem na melhoria do atendimento ao cliente

Após o cruzamento entre informatização nas empresas e rapidez no atendimento, na **Comercial Brasillojas**, 39,11%(n=4) disseram que a tecnologia avançada agiliza o atendimento, sendo que 21,73% afirmaram que a informática é excelente para o atendimento, 8,69%(n=2) ficaram com a opção facilita a comunicação, 8,69%(n=2) é excelente na obtenção de resultados. 43,45%(n=10) disseram que para atingir rapidez no atendimento é necessário treinamento de capacitação. Dentre estes a informatização representa controle de qualidade 8,69%(n=2), facilita a comunicação 8,69%(n=2), excelente na obtenção de resultados 4,34%(n=1), 17,38%(n=4) afirmaram que a rapidez no atendimento se dá através da motivação, sendo que, 8,69%(n=2) marcaram facilita a comunicação, 8,69%(n=2) disseram que é excelente na obtenção de resultados.

Na loja **Lar Center**, 9,09%(n=1) afirmaram que a rapidez no atendimento se dá através da tecnologia avançada e que a informatização é excelente para o atendimento. Os que disseram que o treinamento de capacitação atinge rapidez no atendimento equivale a 63,63%(n=7), sendo que tecnologia representa: 18,18%(n=2) é excelente para o atendimento 36,36% (n=4) facilita a comunicação, 9,09%(n=1) é bom para a obtenção de resultados. Uma minoria igual 9,09%(n=1) disseram que a rapidez no atendimento é alcançada através do comprometimento.

No **Banco da Amazônia S/A**, 75%(n=6) dos funcionários indicaram que a informatização na empresa é excelente para o atendimento, destes 25%(n=2) alegam que a rapidez no atendimento é alcançada através da tecnologia avançada e 50%(n=4) acreditam que a rapidez se adquire através do treinamento de capacitação aplicados pela organização. Já 25%(n=2) acreditam que a informatização na empresa facilita na comunicação e que a rapidez no atendimento é oriunda dos treinamentos de capacitação.

Tabela 4.4.1: Análise da rapidez no atendimento e a informatização na empresa

Rapidez no atendimento	Informatização na Empresa							
	Controle de qualidade		Excelente para o atendimento		Facilitadora na comunicação		Essencial na obtenção de resultados	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas								
Tecnologia avançada	-	-	5	21.7	2	8.7	2	8.7
Treinamento para capacitação	2	8.7	5	21.7	2	8.7	1	4.3
Motivação	-	-	-	-	2	8.7	2	8.7
Comprometimento	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	23				100%			
Lojas Lar Center								
Tecnologia avançada	-	-	1	9.1	-	-	-	-
Treinamento para capacitação	-	-	2	18.2	4	36.4	1	9.1
Motivação	-	-	2	18.2	-	-	-	-
Comprometimento	-	-	-	-	-	-	1	9.1
Total	11				100%			
Banco da Amazônia S/A								
Tecnologia avançada	-	-	2	25.0	-	-	-	-
Treinamento para capacitação	-	-	4	50.0	2	25.0	-	-
Motivação	-	-	-	-	-	-	-	-
Comprometimento	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	8				100%			

Esta avaliação entre a informatização na empresa e a agilidade no atendimento, indicará os fatores que interferem na qualidade do atendimento aos clientes.

A gestão dos recursos humanos é uma das tarefas mais complicadas para as organizações que desenvolvem soluções na área da Tecnologia de Informatização, constituindo por isso um dos maiores desafios que estas enfrentam e continuarão a enfrentar nos próximos anos. Os recursos humanos de uma empresa são importantes, por que são eles que criam as soluções, as quais exigem um grau de conhecimento que poucos possuem.

O problema reside então no conhecimento, detido pelos recursos humanos, do qual muito depende a empresa, e que está na posse dos seus empregados.

A informatização permitiu às organizações abandonarem certas tarefas, automatizando-as. Este procedimento operou mudanças no funcionamento das organizações, exigindo que algumas alterassem, a forma de como estavam organizadas. [...] O que explica, em grande parte, o sucesso de alguns profissionais é a capacidade de encantar um cliente, através da agilidade no atendimento, usando a informatização como o meio seguro, rápido e eficaz.(NEVES, 2003.p.2)

Comparando as empresas em análise, observamos que o **Banco da Amazônia S/A**, se destacou entre as demais com relação a indicação da informatização e treinamento de capacitação, como excelente para atingir rapidez no atendimento. Em relação a facilidade de comunicação através da informatização e treinamento de capacitação merece destaque a **Lar Center**, com 36,36%(n=4).

Contudo, entrevistando os funcionários e perguntado, quais foram os avanços tecnológicos da empresa nos últimos anos. Você considera esses avanços como vantagem competitiva frente ao mercado?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, esclarece:

Principalmente a questão da automação bancária, o propósito é que a médio prazo consigamos avanços mais significativos.

Enquanto o funcionário 2 da empresa Lar Center diz:

A informática, está presente nas empresas como vantagem competitiva.

Tendo a mesma visão do funcionário 3 da empresa Lar Center que responde:

A informatização é fundamental para a competição do mercado.

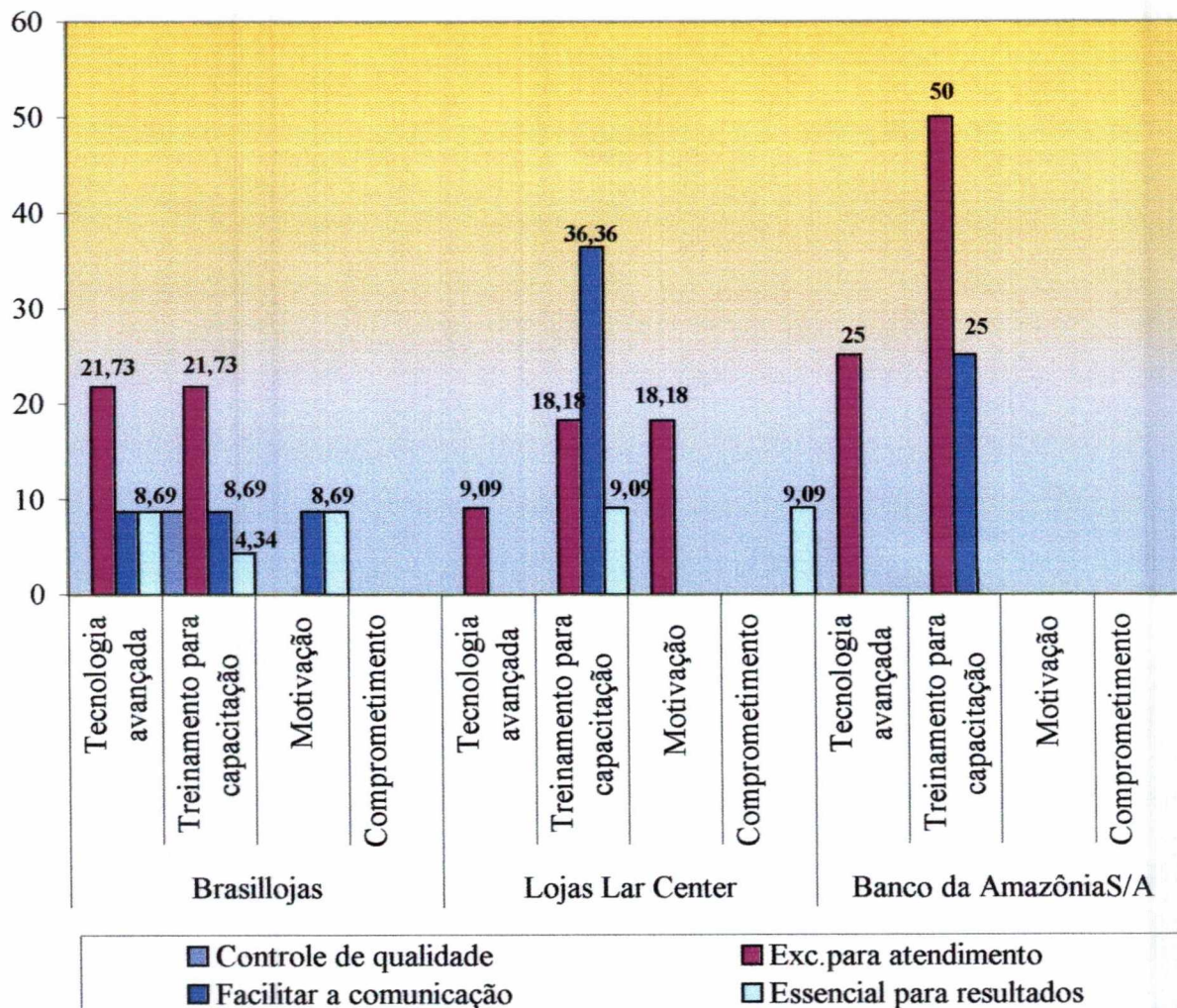
Mediante o exposto, concluímos que o grande passo que sucede à informatização, para o qual as empresas sempre estiveram sensibilizadas é a integração.

A integração será um grande desafio nos próximos tempos para qualquer empresa, sendo as que criam soluções as principais responsáveis para que esta integração se assuma como realidade e, por conseguinte, as que deverão ser mais sensíveis ao seu potencial.

Nunca o crescimento de uma empresa foi tão rápido, nem o capital intelectual e as integrações empresariais tão importantes. Considera-se que "Crescimento, Recursos Humanos e Conhecimento "e integração e Atualização tecnológica" são alguns dos maiores desafios as empresas que pretendem construir os alicerces de um mundo digital terão de enfrentar e saber vencer.

Com a globalização da economia, as empresas enfrentam um número maior de concorrentes, cada um deles capaz de introduzir novos produtos ou serviços no mercado, renovados rapidamente, com alta qualidade e baixo custo. Para Skinner (1985) o desenvolvimento tecnológico fez com que surgissem novos equipamentos, novos materiais e processos produtivos, provocando um aumento nas possibilidades de desenvolvimento de novos produtos. O desenvolvimento de novas tecnologias de processo possibilita a redução dos tempos de projeto – a – produção, redução dos tempos de pedido – a – entrega, melhoria da qualidade dos produtos; modificando a forma como as organizações competem no mercado. Outro desenvolvimento tecnológico de grandes dimensões é o desenvolvimento da tecnologia da informação e comunicação. Estas provocam um grande impacto no processamento, armazenamento e transmissão de informações.

Gráfico 4.4.1: Análise da rapidez no atendimento e a informatização na Empresa



Com o cruzamento entre como manter a eficiência e o que é necessário para alcançar os objetivos individuais, na **Comercial Brasillojas**, 13,06%(n=3) afirmaram que os objetivos individuais são atingidos pelo clima organizacional e que a eficiência depende da motivação da equipe 8,69%(n=2), treinamentos constantes 4,34%(n=1). Os que optaram pela comunicação 30,4%(n=7). Entre estes a eficiência é atingida pelo aperfeiçoamento dos conhecimentos 17,39%(n=4), planejamento adequado 4,34%(n=1), motivação da equipe 4,34%(n=1) e treinamento constante 4,34%(n=1). Os que afirmaram que os objetivos são atingidos com a satisfação dos funcionários 39,12%(n=9). Entre estes, 8,69%(n=2) disseram que a eficiência é atingida pelo aperfeiçoamento dos conhecimentos, e 30,43%(n=7)

marcaram motivação da equipe. Aqueles que acharam que equipes treinadas são necessárias para atingirem objetivos correspondem a 17,37%(n=4) e a eficiência é atingida pelo aperfeiçoamento dos conhecimentos, 4,34%(n=1) assinalaram motivação da equipe, e os outros 4,34%(n=1) treinamentos constantes 8,69%(n=2).

Na **Lojas Lar Center**, 27,27%(n=3) afirmaram que os objetivos são atingidos através da comunicação e a eficiência é alcançada através de planejamentos adequados que 9,09%(n=1) optaram pela motivação da equipe 18,18%(n=2)

No **Banco da Amazônia S/A** 25%(n=2) afirmaram que os objetivos individuais da empresa são alcançados pelo clima organizacional e a eficiência pela motivação da equipe, 12,5%(n=1) treinamentos constantes.

Tabela 4.4.2: Análise dos objetivos individuais da empresa e da sua eficiência

Objetivos individuais da empresa	Eficiência							
	Aperfeiçoando os conhecimentos		Planejamento adequado		Motivação da equipe		Treinamentos constantes	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas								
Clima organizacional	-	-	-	-	2	8.7	1	4.3
Comunicação	4	17.4	1	4.3	1	4.3	1	4.3
Satisfação dos funcionários	2	8.7	-	-	7	30.4	-	-
Equipe treinada	1	4.3	-	-	1	4.3	2	8.7
Total	23				100%			
Lojas Lar Center								
Clima organizacional	-	-	-	-	-	-	-	-
Comunicação	-	-	1	9.1	2	18.2	-	-
Satisfação dos funcionários	-	-	-	-	2	18.2	2	18.2
Equipe treinada	3	27.3	-	-	1	9.1	-	-
Total	11				100%			
Banco da Amazônia S/A								
Clima organizacional	-	-	-	-	1	12.5	1	12.5
Comunicação	-	-	-	-	-	-	-	-
Satisfação dos funcionários	-	-	-	-	4	50.0	-	-
Equipe treinada	-	-	-	-	1	12.5	1	12.5
Total	8				100%			

Com esta análise entre a eficiência e os objetivos individuais da empresa reconheceremos os fatores que interferem, na melhoria do atendimento ao cliente.

Nos dias atuais de extrema mudança e competitividade exigem que tenhamos claros os nossos objetivos pessoais e profissionais e um total envolvimento e comprometimento com as coisas e com as causas da empresa em que trabalhamos. Para atingir um objetivo é preciso que não nos economizemos em nossa capacidade de participar dos programas e projetos de qualidade, produtividade, agressão ao mercado, vendas e outras atividades que levem nossa empresa ao sucesso.

As pessoas de sucesso são as que têm medo de se comprometer e as que compreendem que o sucesso exige de nós a coragem para correr riscos, para assumir compromisso e lutar por nossos objetivos. "A diferença fundamental entre ganhadores e perdedores está na medida do comprometimento, do envolvimento, da participação e da capacidade de fazer, empreender". (MARINS,2003, pág. 02).

Fazendo um comparativo entre as empresas em análise observamos com respeito a obtenção da eficiência que é necessário aperfeiçoar os conhecimentos.

Na **Lar Center**, 27,27%(n=3) disseram que a equipe treinada é importante na obtenção dos objetivos por isso merece destaque. O **Banco da Amazônia S/A**, com 50 %(n=4) se sobressaiu ao afirmarem que a motivação da equipe traz eficiência para a empresa e a satisfação dos funcionários ajuda a atingir os objetivos individuais da empresa.

Entretanto, entrevistando os funcionários perguntamos, você acha que a eficiência contribui para o crescimento profissional ou apenas destaca o funcionário entre os demais na empresa?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, afirma:

Com certeza a eficiência é fundamental para otimização na execução das tarefas, contribuindo de maneira significativa para o crescimento profissional.

Sendo que o funcionário 2 da empresa Lar Center diz:

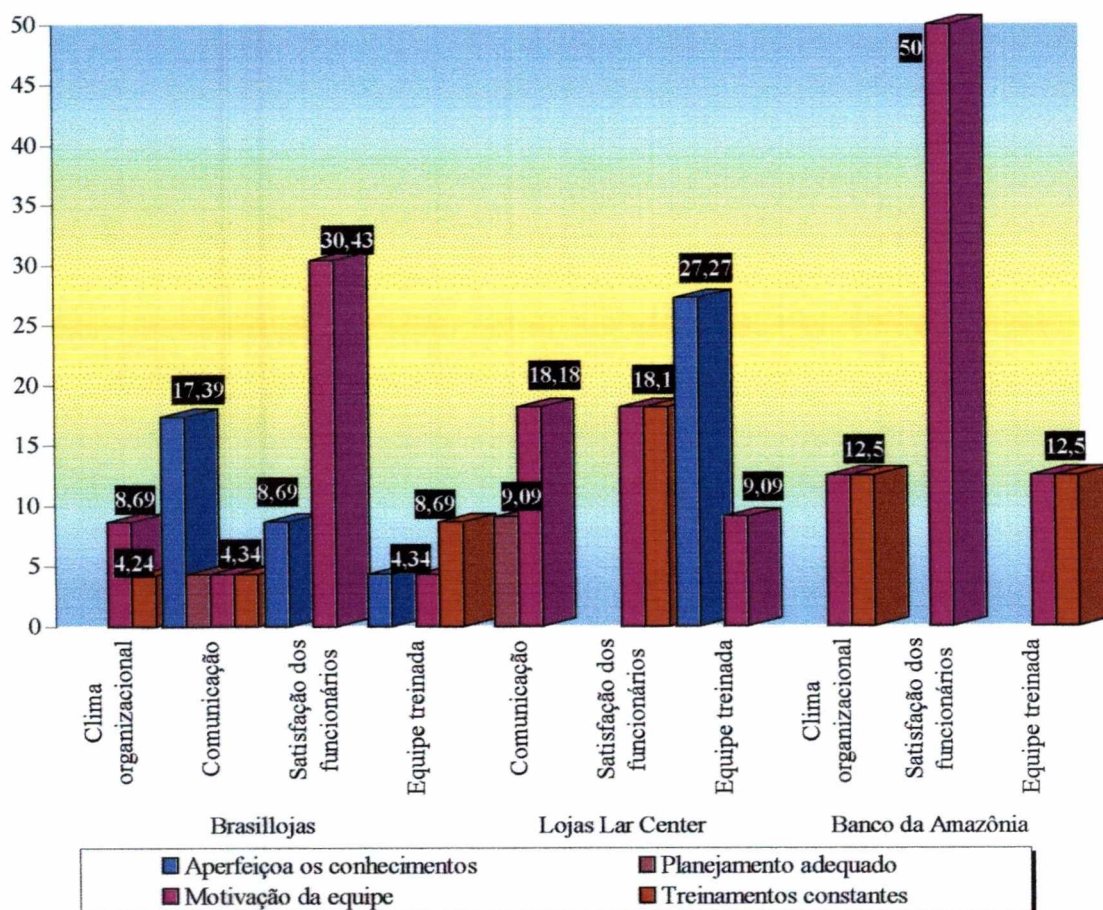
É claro, o empregado dedicado recebe mais vantagens.

Concordando com o funcionário 3 da empresa Lar Center que afirma:

Sim, sobe na vida quem se preocupa em vencer e ser eficiente.

Concluimos que os tempos atuais são dos que têm objetivos claros e são comprometidos com o que fazem. Essas pessoas são avaliadas positivamente nas promoções e nas oportunidades de crescimento pessoal e profissional, certamente experimentam o sucesso. E conseguir sucesso significa dizer, tenha foco, se aperfeiçoe, use as armas adequadas, tenha dedicação e entusiasmo.

Gráfico 4.4.2: Análise dos objetivos individuais da empresa e da sua eficiência



Com este cruzamento entre o compromisso dos funcionários com a empresa e a participação em reuniões sobre as metas da empresa, na **Comercial Brasillojas**, 26%(n=6)

disseram que são comprometidos com a empresa pelo reconhecimento do desempenho, destes 13%(n=3) participam das reuniões por acharem importante, 8,7%(n=2) ficam motivados com os desafios, 4,3%(n=1) elevam sua responsabilidade. Os que afirmarem serem comprometidos com a empresa pela valorização do bom profissional totalizam 30,3%(n=7). Destes 8,7%(n=2) participam das reuniões pela importância, 4,3%(n=1) pelas informações, 13%(n=3) ficam motivados com novos desafios e 4,3%(n=1) elevam sua responsabilidade. Aqueles que afirmaram ter compromisso pelas promoções e participam das reuniões por elevar sua responsabilidade correspondem 8,7%(n=2). Sentem-se satisfeitos com o salário um percentual de 21,6%(n=5) sendo que, 4,3%(n=1) participam das reuniões por acharem importantes, 4,3%(n=1) disseram que é importante para a empresa, 8,7%(n=2) ficam informados e 4,3%(n=1) sentem-se motivados com os desafios. Deixaram de opinar 13%(n=3).

Na **Lar Center**, 27,3%(n=3) disseram que são comprometidos pelo reconhecimento do desempenho. Entre estes 18,2%(n=2) participam das reuniões por serem importantes para a empresa, 9,1%(n=1) ficam motivados com os desafios. Os que optaram pela valorização do bom profissional totalizam 27,3%(n=3) sendo que, participam das reuniões pela importância para a empresa 9,1%(n=1) ficam motivados com os desafios 9,1%(n=1) acham que eleva sua responsabilidade 9,1%(n=1). Os que tem compromisso com a empresa devido salários satisfatórios equivalem a 18,2%(n=2), participam das reuniões por acharem importantes para a empresa, 9,1%(n=1) e ficam informados com as reuniões 9,1%(n=1) os que deixaram de opinar correspondem a 27,3%(n=3).

No **Banco da Amazônia S/A**, assinalaram reconhecimento pelo desempenho 37,5%(n=5), destes, 25%(n=2) acham as reuniões importantes, 12,5%(n=1) ficam motivados com os desafios. Valorização da empresa pelo bom profissional equivale a 25%(n=2) destes, 12,5% (n=1) participam das reuniões por serem importantes para a empresa, 12,5%(n=1) ficam motivados com os desafios. Os que optaram por promoções correspondem a

25%(n=2), sendo 12,5%(n=1) participam das reuniões por acharem importantes para a empresa. Aqueles que assinalaram salários satisfatórios correspondem a 12,5%(n=1), os que participam das reuniões por acharem importantes equivale a 12,5%(n=1).

Tabela 4.4.3: Análise da participação dos funcionários e o compromisso com a empresa

Participação	Compromisso com a empresa									
	Reconhecimento pelo desempenho		Valorização pelo bom profissional		Promoções		Salários satisfatórios		Não optou	
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Brasillojas										
Importante para o funcionário	3	13.0	2	8.7	-	-	1	4.3	3	13.0
Importante para a empresa	-	-	-	-	-	-	1	4.3	-	-
Você fica informado	-	-	1	4.3	-	-	2	8.7	-	-
Fica motivado com os desafios	2	8.7	3	13.0	-	-	1	4.3	-	-
Eleva sua responsabilidade	1	4.3	1	4.3	2	8.7	-	-	-	-
Total	23					100%				
Lojas Lar Center										
Importante para o funcionário	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Importante para a empresa	2	18.2	1	9.1	-	-	1	9.1	-	-
Você fica informado	-	-	-	-	-	-	1	9.1	-	-
Fica motivado com os desafios	1	9.1	1	9.1	-	-	-	-	-	-
Eleva sua responsabilidade	-	-	1	9.1	-	-	-	-	-	-
Total	11					100%				
Banco da Amazônia S/A										
Importante para o funcionário	2	25.0	-	-	1	12.5	1	12.5	-	-
Importante para a empresa	-	-	1	12.5	1	12.5	-	-	-	-
Você fica informado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fica motivado com os desafios	1	12.5	1	12.5	-	-	-	-	-	-
Eleva sua responsabilidade	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	8					100%				

Após o cruzamento entre o compromisso com a empresa e a participação em reuniões sobre as metas, detectamos os problemas que intervêm no crescimento das organizações empresariais.

Nas empresas a busca pela melhoria continua é fator determinante de sucesso. As empresas estão atuando no aumento da sua produtividade e eficiência. O envolvimento de todos os funcionários nesse processo gera uma verdadeira revolução cultural das empresas.

Para atingir os objetivos propostos, as empresas, estrategicamente devem reforçar a participação de todos os funcionários na implementação de melhorias, através da formação para todos os níveis de função e do estabelecimento de canais de comunicação eficazes.

O conceito de gestão participativa leva a mesma dificuldade encontrada no significado do termo participação, ato de influir, de exercer controle, de ter poder, de estar envolvido ativamente. A participação no local de trabalho é visto como um meio através do qual as classes dominadas se educam para a liderança de uma sociedade participativa. “Conhecer as competências e as habilidades pessoais de cada um valoriza o grupo e permite estímulo profissional. Levanta a estima e aumenta o rendimento”. (LUZARDO, 2003, p. 3)

A relação comparativa entre as três empresas mostra que o **Banco da Amazônia S/A**, se destaca com 25%(n=2) dos funcionários que disseram ser comprometidos com a empresa pelo reconhecimento do desempenho e participam das reuniões por serem importantes. A **Comercial Brasillojas**, destacou-se dentre as outras com 13%(n=13) pela valorização do bom profissional e ficam motivados com os desafios propostos nas reuniões.

Entretanto, entrevistando os funcionários e perguntando você tem "espírito participativo" na execução de suas tarefas. O que é mais importante para você ser honesto ou ser o melhor?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, diz:

Sinto-me envaidecido quando posso resolver o problema de alguém, mesmo que isto redunde em algum prejuízo próprio.

Enquanto o funcionário 2 da empresa Lar Center responde:

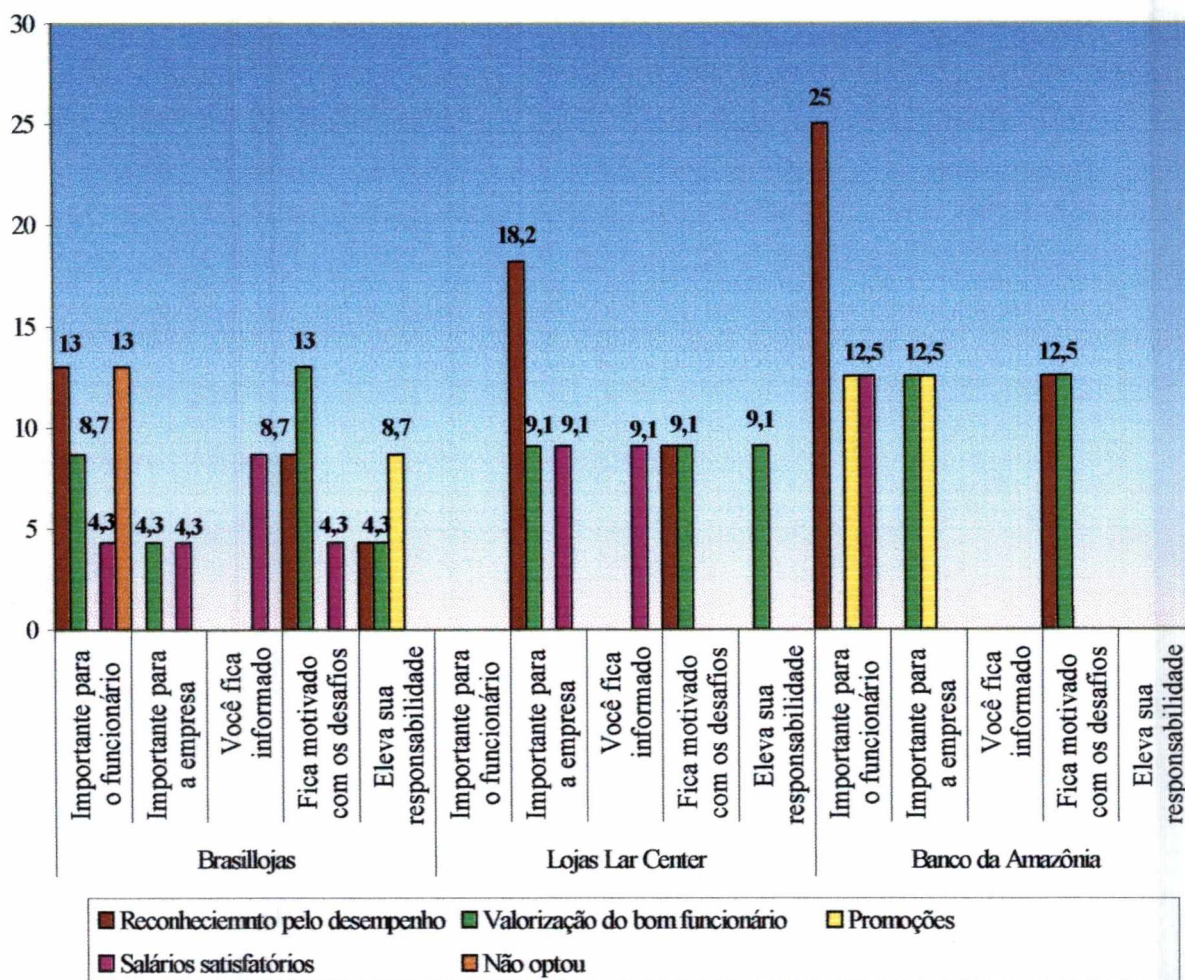
Presto ajuda aos colegas, e o mais importante é ser honesto e fazer as coisas bem feitas.

Sendo que o funcionário 3 da empresa Lar Center afirma:

Sim, ajudo os colegas, e mais importante é ser honesto.

Diante do mencionado, conclui-se que os seres humanos unidos para a solução de um problema no mundo do trabalho, de maneira crítica, metódica, sistemática, como propõe a sociologia, são capazes de mesclar os direitos e os deveres para que desde os seus chefes e seus subordinados unem-se para caminhar a um objetivo comum.

Gráfico 4.4.3: Análise da participação dos funcionários e o compromisso com a empresa



Este cruzamento entre a qualidade dos produtos e preferência pela empresa, na

Comercial Brasillojas, 88%(n=88) afirmaram positivamente sobre a qualidade dos produtos e preferem a empresa pelo tratamento 35%(n=35), amizade 4%(n=4) disponibilidade de produtos e serviços 12%(n=12), preços 37%(n=37).

Na **Lar Center**, 73%(n=73) disseram que a qualidade dos produtos são bons e escolhem a empresa pelo tratamento 36%(n=36) disponibilidade de produtos 12%(n=12), preços 25%(n=25). Os que responderam regular correspondem a 13%(n=13).

No **Banco da Amazônia S/A**, 91%(n=91) afirmaram que os produtos e serviços são bons e preferem a empresa pelo tratamento, 27%(n=27), ambiente 6%(n=6) disponibilidade de produtos e serviços 16%(n=16) e preços 42%(n=42).

Tabela 4.4.4: Análise da preferência pela empresa e da qualidade dos produtos

Preferência pela empresa	Qualidades dos produtos							
	Bom		Regular		Ruim		Não observa	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas								
Tratamento	35	35	4	4	-	-	-	-
Amizade	4	4	-	-	-	-	-	-
Espírito de equipe	-	-	-	-	-	-	2	2
Ambiente	1	1	-	-	-	-	-	-
Disponibilidade produto	12	12	1	1	-	-	-	-
Preços	37	37	4	4	-	-	-	-
Total	100				100%			
Lojas Lar Center								
Tratamento	36	36	6	6	-	-	1	1
Amizade	4	4	-	-	2	2	-	-
Espírito de equipe	-	-	-	-	-	-	-	-
Ambiente	1	1	-	-	-	-	-	-
Disponibilidade produto	12	12	1	1	-	-	1	1
Preços	25	25	6	6	-	-	5	5
Total	100				100%			
Banco da Amazônia S/A								
Tratamento	27	27	1	1	1	1	-	-
Amizade	2	2	-	-	-	-	-	-
Espírito de equipe	1	1	-	-	-	-	-	-
Ambiente	6	6	-	-	-	-	-	-
Disponibilidade Produto	16	16	1	1	-	-	-	-
Preços	42	42	3	3	-	-	-	-
Total	100				100%			

Esta análise de como o cliente escolhe a empresa e a qualidade dos produtos, indicará o grau de satisfação do cliente com respeito a qualidade dos produtos e serviços e os fatores que influem na escolha da empresa, trazendo bons resultados e melhorias no atendimento.

Fizemos esta pesquisa para que através desses dados possamos ter uma avaliação da necessidade da utilização de produtos de qualidade para que a empresa possa ter condições de expandir-se e ampliar seus mercados, satisfazendo as necessidades dos clientes. Podendo assim com uma maior lucratividade, investir em novas tecnologias, para melhorar o atendimento.

[...] As empresas precisam compreender de que forma os consumidores compram. Esse conhecimento irá permitir o desenvolvimento de uma estratégia de Marketing apropriada para satisfazer as necessidades dos consumidores e construir relacionamentos duradouros (APOSTILA, 2002. p. 5).

Da perspectiva do consumidor, a qualidade é um dos elementos mais interessantes, e seu nível é determinado pelo grau de satisfação dos clientes referente às necessidades e expectativas atingidas.

Constatamos que nas três empresas pesquisadas, houve coincidência referente a boa qualidade dos produtos, destacando-se o **Banco da Amazônia S/A** com 42%(n=42) dos clientes que acharam boa a qualidade dos produtos e preferem a empresa pelos preços. Ressaltamos a **Lar Center** com 36%(n=36) relativo ao tratamento e boa qualidade dos produtos. A **Comercial Brasillojas e Lar Center** também coincidiram com 12%(n=12) em relação a disponibilidade e boa qualidade dos produtos.

Entrevistando e perguntando aos funcionários, qual a importância da qualidade dos produtos e serviços desta empresa. O que o cliente representa para esta empresa?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, explica:

Para todas as empresas a qualidade é fundamental, porque além de atender ela satisfaz o cliente.

Sendo que o funcionário 2 da empresa Lar Center diz:

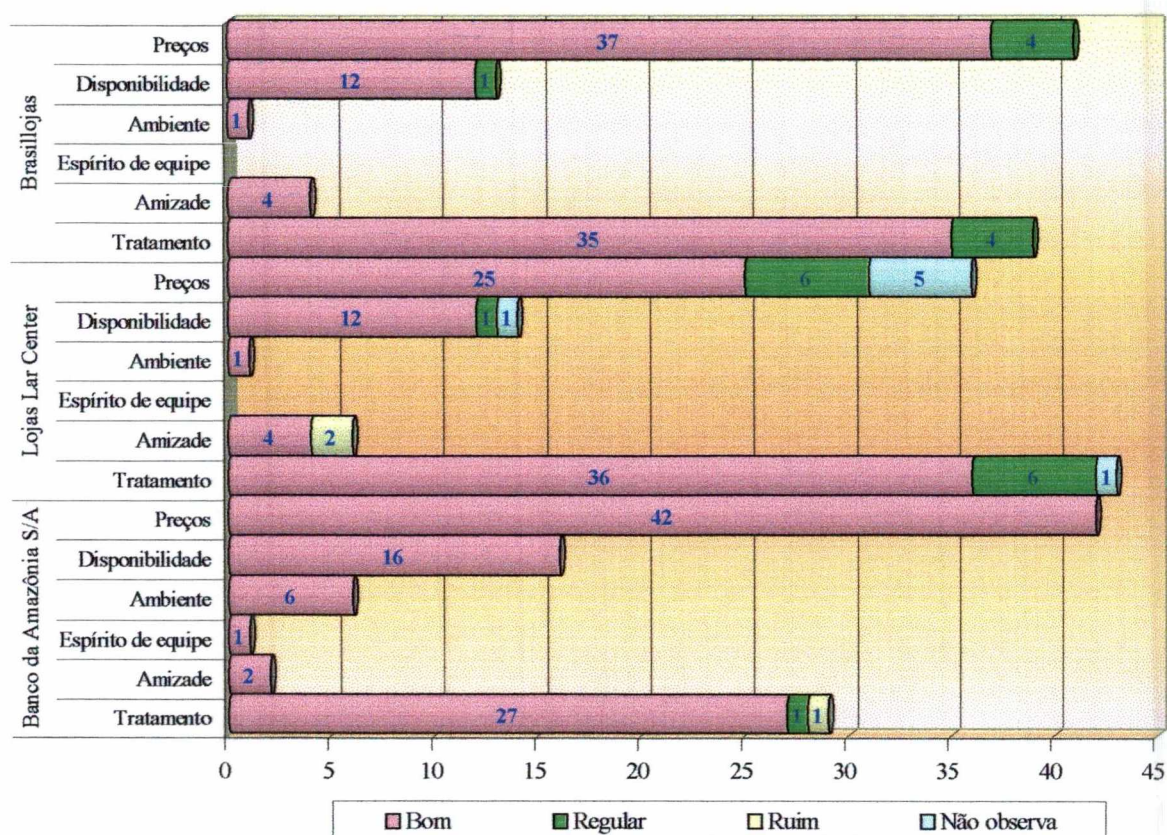
O cliente é especial para a empresa, por isso atendemos bem.

Por fim, o funcionário 3 da empresa Lar Center responde:

O cliente é base de sustentação da empresa.

Deduzimos com esta pesquisa o quanto é necessário avaliar, as posições dos clientes, quanto a preferência pela empresa, buscando a maximização da qualidade nos produtos e nas melhorias no atendimento, fazendo comparações, verificando mudanças pertinentes às condições da organização, para manter-se e ampliar sua atuação no mercado, hoje tão rigoroso quanto as práticas adotadas no relacionamento empresa e cliente.

Gráfico 4.4.4: Análise da preferência pela empresa e da qualidade dos produtos



Este cruzamento entre a preocupação dos funcionários com os clientes e a satisfação com o atendimento, na **Comercial Brasillojas**, no total de 28% (n=28) marcaram

o que desejam, sentem-se satisfeito com a rapidez na entrega 4% (n=4) produtos de qualidade 10% (n=10) bom atendimento 14 % (n=14). Os que optaram em que posso ajudá-lo e preferem produtos de qualidade 9 % (n=9) com relação a primeira variável destaca-se o bom atendimento com 10% (n=10).

Na **Lar Center**, 10%(n=10) optaram o que deseja e sentem-se satisfeito com o bom atendimento, 10%(n=10) ficaram com em que posso ajudá-lo e o que o satisfaz com a rapidez na entrega 7%(n=7), produtos de qualidade 7%(n=7) já o bom atendimento 8%(n=8) assinalaram fique a vontade e satisfazem-se com o conhecimento sobre o produto 9%(n=9).

No **Banco da Amazônia S/A**, 36%(n=36) marcaram o que deseja e o que o satisfaz com a rapidez na entrega 6%(n=6), produtos de qualidade 7%(n=7) bom atendimento 23%(n=23). Os que assinalaram já foi atendido e satisfazem-se com o bom atendimento totalizam 18%(n=18).

Tabela 4.4.5: Análise entre a satisfação com o atendimento e a preocupação dos funcionários com o cliente

Satisfação com o atendimento	Preocupação dos funcionários com o cliente							
	O que deseja		Posso ajudá-lo		Já foi atendido		Fique a vontade	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas								
Rapidez na entrega	4	4	2	2	2	2	2	2
Produtos de qualidade	10	10	9	9	7	7	7	7
Conhecimento sobre o produto	1	1	1	1	1	1	1	1
Bom atendimento	14	14	3	3	10	10	6	6
Total	100				100%			
Lojas Lar Center								
Rapidez na entrega	3	3	7	7	2	2	-	-
Produtos de qualidade	4	4	7	7	2	2	-	-
Conhecimento sobre o produto	-	-	2	2	1	1	4	4
Bom atendimento	10	10	8	8	4	4	5	5
Total	100				100%			
Banco da Amazônia								
Rapidez na entrega	6	6	-	-	3	3	4	4
Produtos de qualidade	7	7	4	4	4	4	2	2
Conhecimento sobre o produto	-	-	-	-	-	-	-	-
Bom atendimento	23	23	4	4	18	18	6	6
Total	100				100%			

Esta análise da preocupação dos funcionários com os clientes e a satisfação destes com a empresa dará um diagnóstico das necessidades de melhorias no atendimento aos clientes, com relação ao treinamento dos colaboradores, trazendo bem estar da clientela. [...] Uma empresa com qualidade é formado por pessoas e clientes felizes e satisfeitos. Clientes satisfeitos significa melhores resultados financeiros, imagem melhor e futuro mais brilhante.[...] (Educando para a qualidade – 2002,p. 6).

Observamos que existe uma busca incessante pela satisfação dos consumidores. As empresas devem se adequar as exigências do mercado consumidor. A inovação das técnicas de atendimento podem ser um fator decisivo para atrair os clientes, pois observa-se que os mesmos mudam constantemente seu perfil, tornando-se mais exigentes.

Um dos problemas encontrados nas organizações é a ineficiência nas relações humanas entre funcionários e clientes que podem ser com treinamentos e conscientização dos colaboradores interno.

Comparando as três empresas observamos que o **Banco da Amazônia S/A**, se sobressaiu com 23% (n=23) em relação a preocupação dos funcionários com o interesse dos clientes e bom atendimento e também com 18% (n=18 referente a preocupação dos funcionários com o bom atendimento e satisfação dos clientes. A **Comercial Brasillojas**, destacou-se com a preocupação dos funcionários em ajudar os clientes e a qualidade dos produtos.

Todavia, entrevistando os funcionários e perguntando, você está preparado para atender as exigências do cliente do século XXI ?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, ressalta:

As exigências dos clientes são muito dinâmicas, daí a necessidade constante de aperfeiçoamento do funcionário para satisfazê-lo.

Sendo que o funcionário 2 da empresa Lar Center diz:

Não, os clientes deste século são muito exigentes.

Enquanto o funcionário 3 da empresa Lar Center afirma:

Sim, fiz alguns cursos preparatórios.

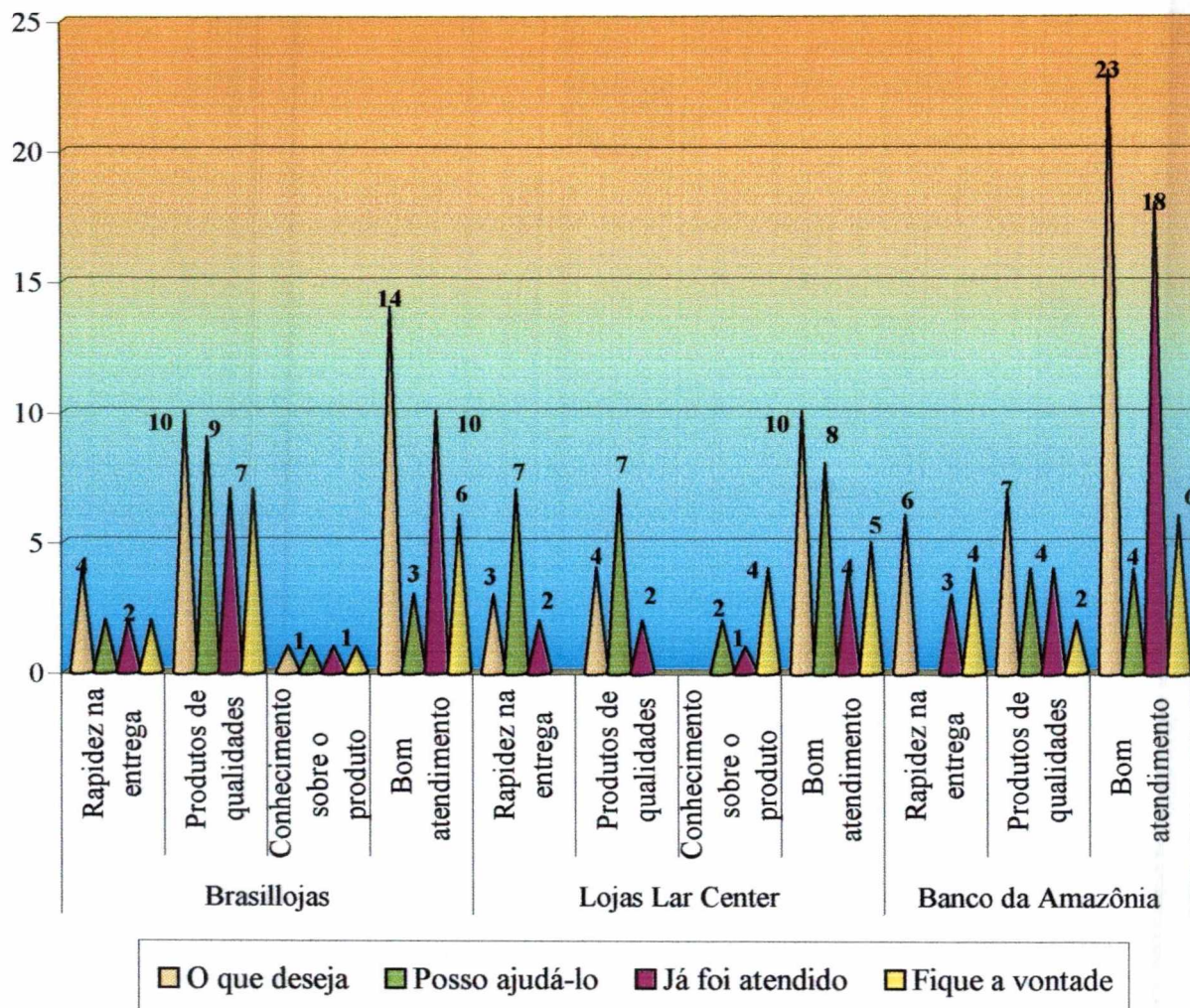
Desta forma um novo caminho para o atendimento eficaz está fazendo com que as empresas migrem, para uma nova forma de melhorar de modo contínuo as relações com seus clientes. Essa nova ferramenta é a gestão de atendimento ao cliente. Trata-se de uma técnica que mistura novas tecnologias humanas aos ensinamentos comportamentais adicionadas a um sistema de Tecnologia de Informação. A mistura possibilita à empresa obter em médio prazo uma gama de diferenciais humanos, onde funcionários de todas as áreas unem esforços no bem comum da empresa, que é o cliente.

Deste modo concluímos que a empresa para prosperar no mercado é necessário fidelizar o cliente. A satisfação dos clientes, que é uma tarefa árdua, onde requer mudanças profundas nos métodos que a empresa utiliza. As melhorias devem ser constantes e saber empreender é um dos atributos básicos necessários para a satisfação dos consumidores. A criatividade destaca-se nesse ponto, pois desperta a atenção das pessoas para o novo, levando-as a verificar as inovações e conseqüentemente consumindo os produtos e serviços.

Neste sentido, mensurar e analisar a satisfação do cliente é fundamental para o sucesso, a alta satisfação do cliente desenvolve uma preferência racional, mas também uma ligação emocional, resultando numa lealdade do cliente com a empresa.

Verifica-se que o foco do cliente são importantes dimensões como: confiabilidade – habilidade em transmitir confiança; compromisso – cortesia e conhecimento em transmitir informação; tangibilidade – aparência das instalações, equipamentos e materiais de comunicação; empatia – atenção e carinho no relacionamento empresa/cliente; responsabilidade – disposição em ajudar e prestar serviços aos clientes. Todas estas dimensões envolvem as necessidades básicas dos mesmos de ser bem recebido, compreendido, importante, e de ter comodidade.

Gráfico 4.4.5: Análise entre a satisfação com o atendimento e a preocupação dos funcionários com o cliente



Com o cruzamento entre a utilização de serviços de auto atendimento e os benefícios que trazem, na **Comercial Brasillojas**, totalizando 94%(n=94) utilizam os serviços e se beneficiam pela rapidez 77%(n=77), segurança 72%(n=72), comodidade 9%(n=9) e qualidade 1%(n=1).

Na **Lar Center**, no total 86%(n=86), utilizam o serviço e se beneficiam com a rapidez, 65%(n=65) segurança, 11%(n=11), comodidade 8%(n=8) e qualidade dos serviços 2%(n=2).

No **Banco da Amazônia S/A**, observa-se que no total 99%(n=99) utilizam o serviço e 83%(n=83) se beneficiam com a rapidez do atendimento, 11%(n=11) segurança,

1%(n=1) comodidade e 4%(n=4) com a qualidade.

Tabela 4.4.6: Análise entre os benefícios e os serviços de auto-atendimento

Benefícios	Serviços de auto-atendimento			
	Sim		Não optou	
	F	%	F	%
Brasillojas				
Rapidez	77	77	-	-
Segurança	7	7	-	-
Comodidade	9	9	-	-
Qualidade	1	1	-	-
Não optou	-	-	6	6
Total	100		100%	
Lojas Lar Center				
Rapidez	65	65	-	-
Segurança	11	11	-	-
Comodidade	8	8	-	-
Qualidade	2	2	-	-
Não optou	-	-	14	14
Total	100		100%	
Banco da Amazônia S/A				
Rapidez	83	83	-	-
Segurança	11	11	-	-
Comodidade	1	1	-	-
Qualidade	4	4	-	-
Não optou	-	-	1	1
Total	100		100%	

Com o cruzamento entre a utilização dos serviços de auto-atendimento e os benefícios que estes trazem, verificaremos a necessidade de novas tecnologias, permitindo a obtenção das melhores condições no atendimento aos consumidores mais exigentes.

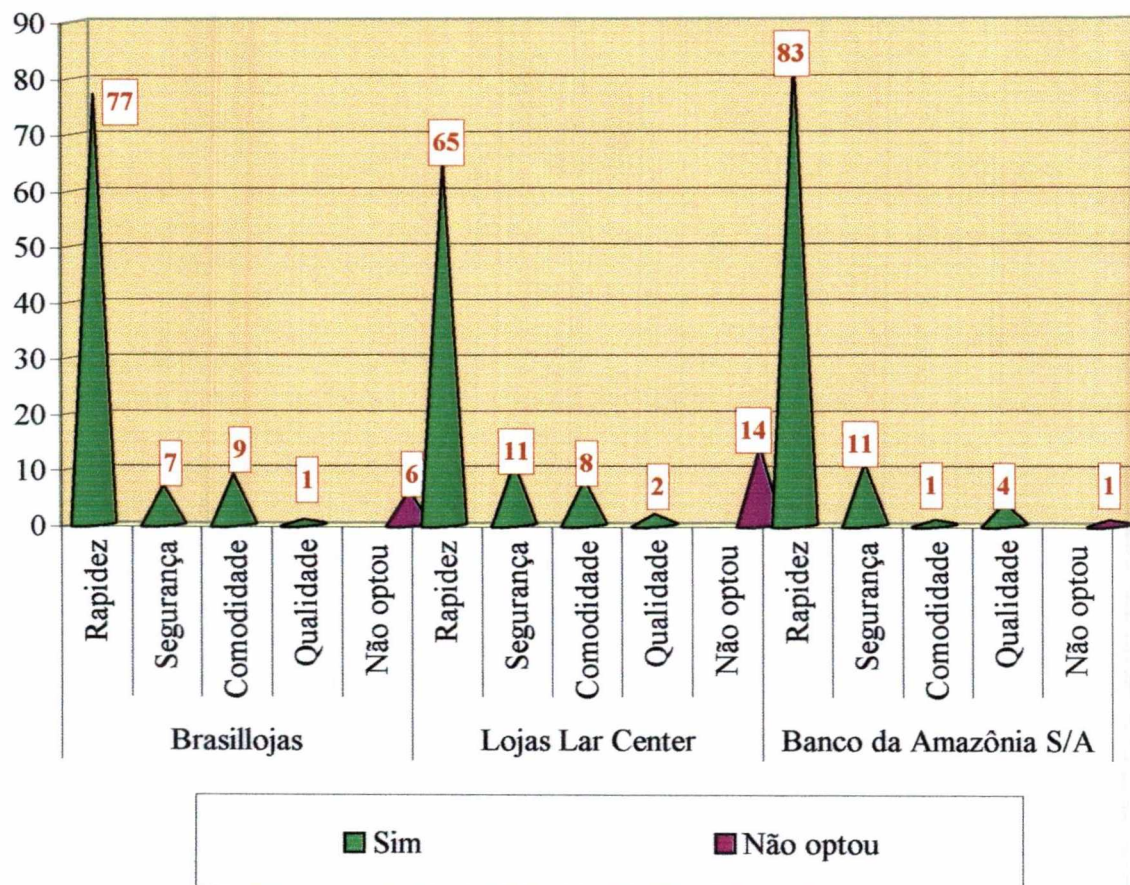
Para todo lugar que se olha, é possível ver evidências do ambiente tecnológico, inovações e novas idéias de pesquisa científica ou de engenharia que ajudam as empresas a satisfazer os clientes de maneira nova ou melhor. (APOSTILA, 2002, pág 53)

Com esta análise observamos a necessidade que as empresas têm em acompanhar as inovações tecnológicas que oferecem diversos benefícios aos clientes, para buscar a produtividade e o reconhecimento como a mais moderna e sofisticada na área de atendimento aos clientes. Deixando a concorrência para trás, chegando ao ponto máximo da qualidade no mercado.

Em relação a comparação das empresas em análise o **Banco da Amazônia S/A** se sobressaiu com 83%(n=83) pela utilização dos serviços de auto atendimento e tendo como benefício a rapidez . Ainda coincidiu com a **Lar Center** na utilização dos serviços de auto atendimento pela segurança com 11%(n=11).

Diante do exposto concluímos que para a organização progredir em seus exercícios profissionais tem que existir clientes para consumir os produtos e serviços. Daí a importância das inovações tecnológicas dentro do ambiente empresarial, porque estes proporcionam benefícios que podem ser direcionados a clientela que mais precisam de rapidez e comodidade, pois para ganhar credibilidade a empresa precisa agir com rapidez, segurança, transparência, e responsabilidade de acordo com os interesses do consumidor. E que apesar do aumento do conhecimento dos clientes, pela quantidade crescente de transações e disponibilidade de maquinas de auto atendimento, é de fundamental importância a alocação de funcionários especialmente treinados para orientar e estimular o usuário. Observa-se que o consumidor de produtos e serviços bancários está cada vez mais propenso a utilizar-se do auto – serviço por considerá-lo mais apropriado aos seus interesses e necessidades.

Gráfico 4.4.6: Análise entre os benefícios e os serviços de auto-atendimento



4.5 Comprometimento da empresa com os colaboradores e seus reflexos no atendimento

Com o cruzamento entre a Renda Mensal dos pesquisados e a opinião sobre aquisição de produtos e serviços da empresa, na **Comercial Brasillojas**, 37% (n=37) ganham um salário mínimo e adquirem produtos da empresa. Os que recebem de 2 a 5 salários mínimos correspondem a 18%(n=18) e afirmaram adquirir produtos da empresa. E 32%(n=32) não optaram.

Na **Lojas Lar Center**, 44%(n=44) recebem um salário mínimo, dentre estes 32%(n=32) consomem produtos da empresa e 11%(n=11) não compram nada. Os que recebem de 2 a 5 salários mínimos e às vezes adquirem produtos da empresa correspondem a

11%(n=11) e 30%(n=30) não optaram.

No **Banco da Amazônia S/A**, 7%(n=7) recebem um salário mínimo e consomem produtos e serviços da empresa. Aqueles que recebem de 2 a 5 salários somam 54%(n=54), destes 37%(n=37) adquirem produtos, 17%(n=17) algumas vezes compram os produtos. As pessoas que ganham de 6 a 10 salários, usam os produtos e serviços e 10%(n=10) não optaram.

Tabela 4.5.1: Análise da renda mensal dos funcionários e aquisição de produtos da empresa

Renda Mensal	Aquisição de produtos da empresa					
	Sim		Não		Às vezes	
	F	%	F	%	F	%
Brasillojas						
1 salário	37	37	2	2	3	3
2 a 5 salários	18	18	-	-	2	2
6 a 10 salários	2	2	-	-	1	1
Mais de 10 salários	2	2	-	-	-	-
Não optaram	32	32	-	-	-	-
Total	100		100%			
Lojas Lar Center						
1 salário	32	32	11	11	5	5
2 a 5 salários	3	3	5	5	11	11
6 a 10 salários	3	3	-	-	-	-
Mais de 10 salários	-	-	-	-	-	-
Não optaram	30	30	-	-	-	-
Total	100		100%			
Banco da Amazônia						
1 salário	7	7	2	2	2	2
2 a 5 salários	37	37	5	5	17	17
6 a 10 salários	22	22	-	-	4	4
Mais de 10 salários	3	3	-	-	1	1
Não optaram	10	10	-	-	-	-
Total	100		100%			

Diante da competitividade as organizações viram-se obrigadas a adotarem um

sistema dogmático de remuneração, baseado em cargos e salários fixos. Hoje, como solução alternativa, as empresas estão recorrendo a diversas estratégias com o objetivo de poupar os colaboradores do desgaste da inflação e instigar a criação de uma força de trabalho estimulada ao crescimento. A alguns anos as empresas vêm buscando adotar remunerações mais avançadas, justas e que estejam próximas as pessoas que se encontram alinhadas aos resultados e as competências, em substituição aos sistemas considerados tradicionais. Com isso, os sistemas baseados em remuneração por habilidades e competências têm evoluído e vêm sendo combinado com o sistema de resultados.

As empresas precisam compreender de que forma os consumidores compram. Esse conhecimento irá permitir o desenvolvimento de uma estratégia de marketing apropriada para satisfazer às necessidades dos consumidores e construir relacionamento externos e internos duradouros.

[...] Os aspectos que influenciam a decisão dos clientes à compra de determinado produto, está cada vez mais ligado à gestão de serviços e ao marketing, proporcionado pela organização da empresa, como facilidade de acesso, atendimento gentil e eficaz e eficácia na redução de problemas. (NEVES, 2003. p. 02)

Inferimos no estudo das empresas em evidencia que houve coincidência entre a **Comercial Brasillojas** e loja **Lar Center** com 37%(n=37) no que se refere a aquisição de produtos. O Banco da Amazônia se sobressaiu com 22%(n=22) em relação as pessoas que adquirem produtos da empresa e ganham de 6 a 10 salários. A **Lar Center**, com 11%(n=11) em relação pessoas que recebem 1 salário e não compram produtos da empresa., com 17%(n=17) às pessoas que às vezes compram seus produtos e serviços e ganham de 2 a 5 salários.

Concluimos que as empresas estão aprimorando ou buscando implantar novas formas de remuneração para manter a competitividade da força de trabalho. Percebe-se que o pagamento de salários varia de acordo com a função.

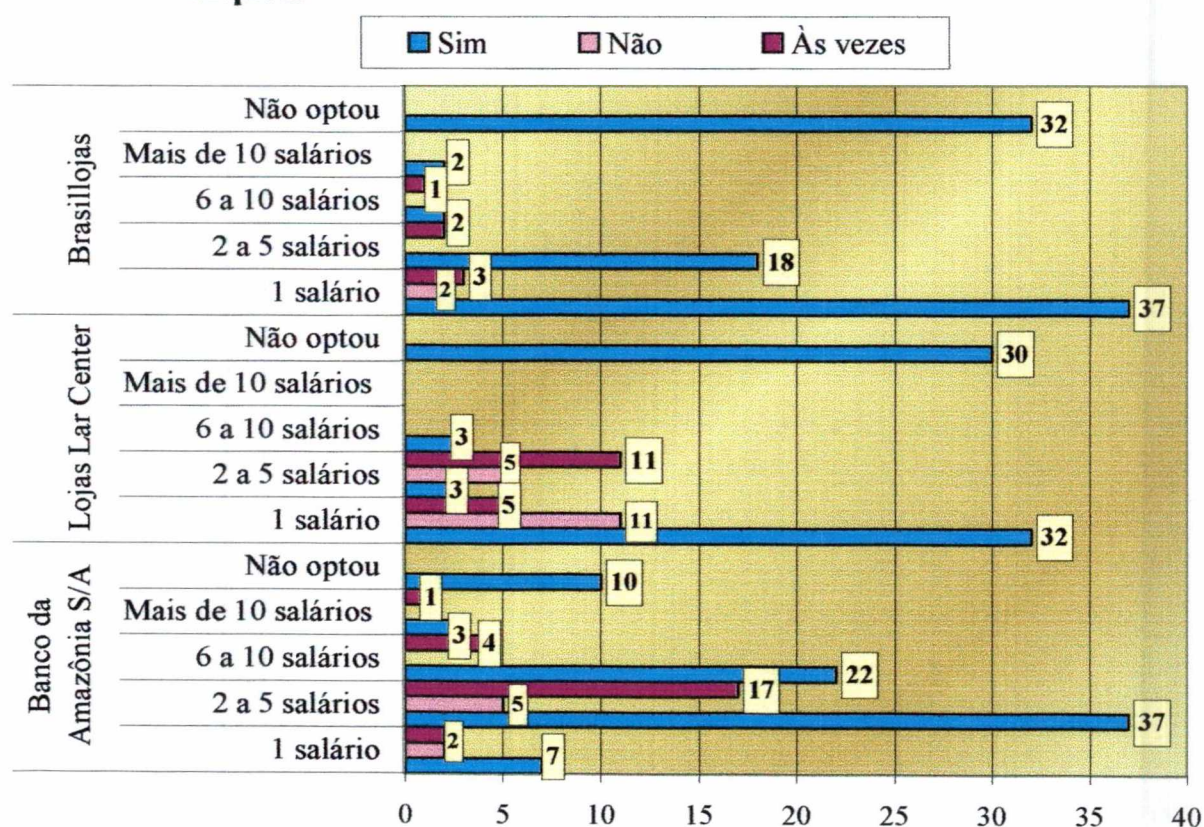
Hoje as empresas começam a trabalhar outros processos que englobam

habilidades, conhecimentos e atitudes que passaram a corresponder as competências.

Evidencia-se também neste contexto que as empresas adotam sistema de remuneração variável, como o pagamento de bônus e de prêmios por objetivos alcançados.

Outra questão verificada é a forma como são adquiridos os produtos e que as estratégias de marketing são fundamentais para divulgar a diversidade dos produtos, conquistar clientes e mantê-los fieis.

Gráfico 4.5.1: Análise da renda mensal dos funcionários e aquisição de produtos da empresa



No cruzamento entre a nota da empresa e o desenvolvimento social, na **Comercial Brasillojas**, 67%(n=67) das pessoas deram nota de 6 a 8, 34%(n=34) acharam boa a participação social da empresa, 29% (n=29) disseram que é regular e 4%(n=4) não sabem. Os que assinalaram de 9 a 10 totalizam 11%(n=11) e estão satisfeitos com o desenvolvimento social da organização.

Na **Lar Center**, As pessoas que optaram pela nota de 3 a 5 correspondem a 18%(n=18) e acham regular o desenvolvimento social. Os que deram a nota de 6 a 8 equivalem a 56%(=56) e com referência a participação social afirmaram, bom 26%(n=26), regular 30%(n=30). Aqueles que opinaram pela nota de 9 a 10 totalizam: 14%(n=14), destes 10%(n=10) responderam bom o desenvolvimento social da empresa. e 4%(n=4) ótimo.

No **Banco da Amazônia S/A**, os que marcaram de 6 a 8 totalizam 45%(n=45) com desenvolvimento social, bom 26%(n=26) regular 19%(n=19). Os outros 45%(n=45) deram nota de 9 a 10 e afirmaram bom 37%(n=37), ótimo 8%(n=8) quanto a participação da empresa na sociedade.

Tabela 4.5.2: Análise sobre o desenvolvimento social e a nota da empresa junto aos clientes

Desenvolvimento social	Nota da empresa							
	0 a 2		3 a 5		6 a 8		9 a 10	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas								
Bom	3	3	4	4	34	34	11	11
Regular	-	-	6	6	29	29	4	4
Ruim	-	-	-	-	-	-	-	-
Ótimo	-	-	-	-	2	2	2	2
Não sabe	-	-	-	-	4	4	1	1
Total	100				100%			
Lojas Lar Center								
Bom	1	1	2	2	26	26	10	10
Regular	-	-	18	18	30	30	-	-
Ruim	-	-	-	-	2	2	1	1
Ótimo	-	-	-	-	3	3	4	4
Não sabe	-	-	1	1	2	2	-	-
Total	100				100%			
Banco da Amazônia								
Bom	-	-	1	1	26	26	37	37
Regular	-	-	3	3	19	19	3	3
Ruim	-	-	-	-	-	1	-	-
Ótimo	-	-	-	-	-	-	8	8
Não sabe	-	-	-	-	2	2	-	-
Total	100				100%			

Esta pesquisa entre o desenvolvimento social e nota da empresa tem como objetivo, resgatar a trajetória que permeia os fatores mundiais que, possivelmente influenciaram o surgimento da responsabilidade social nas empresas.

O conceito de responsabilidade social requer mudanças culturais, em que empresas e parceiros busquem um processo conjunto, sem prejuízo de uns e com resultados de outros, é um comprometimento permanente dos empresários em adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, simultâneo, a qualidade de vida de seus empregados, de seus familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo, oferecendo um atendimento de qualidade.

Responsabilidade social é o comprometimento permanente dos empresários de contribuir para o desenvolvimento econômico, simultaneamente de vida de seus empregados e de seus familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo. (SILVEIRA, 2003.p. 2)

A **Lar Center**, destacou-se com 18%(n=18) com pessoas que deram nota de 3 a 5 e acham regular o desenvolvimento social da empresa. A **Comercial Brasillojas** se sobressaiu com 34%(n=34) das pessoas que deram nota de 6 a 8 e acham boa a participação social da empresa. No que diz respeito a nota máxima salientou-se o **Banco da Amazônia S/A** com 37% (n=37) e acham bom o desenvolvimento social da empresa.

Entretanto, entrevistando, perguntamos aos funcionários qual a relação que esta empresa tem com a comunidade. Em algum momento se preocupa com o meio ambiente?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, explica:

A preocupação é constante tanto com a comunidade com o meio ambiente, sendo os projetos executados rigorosamente dentro da legislação ambiental.

Enquanto o funcionário 2 da empresa Lar Center diz:

A loja patrocina alguns eventos na cidade.

Concordando com o funcionário 3 da empresa Lar Center que responde:

A amizade, e o patrocínio de alguns eventos da cidade.

Concluimos que uma empresa para se desenvolver socialmente e ser bem

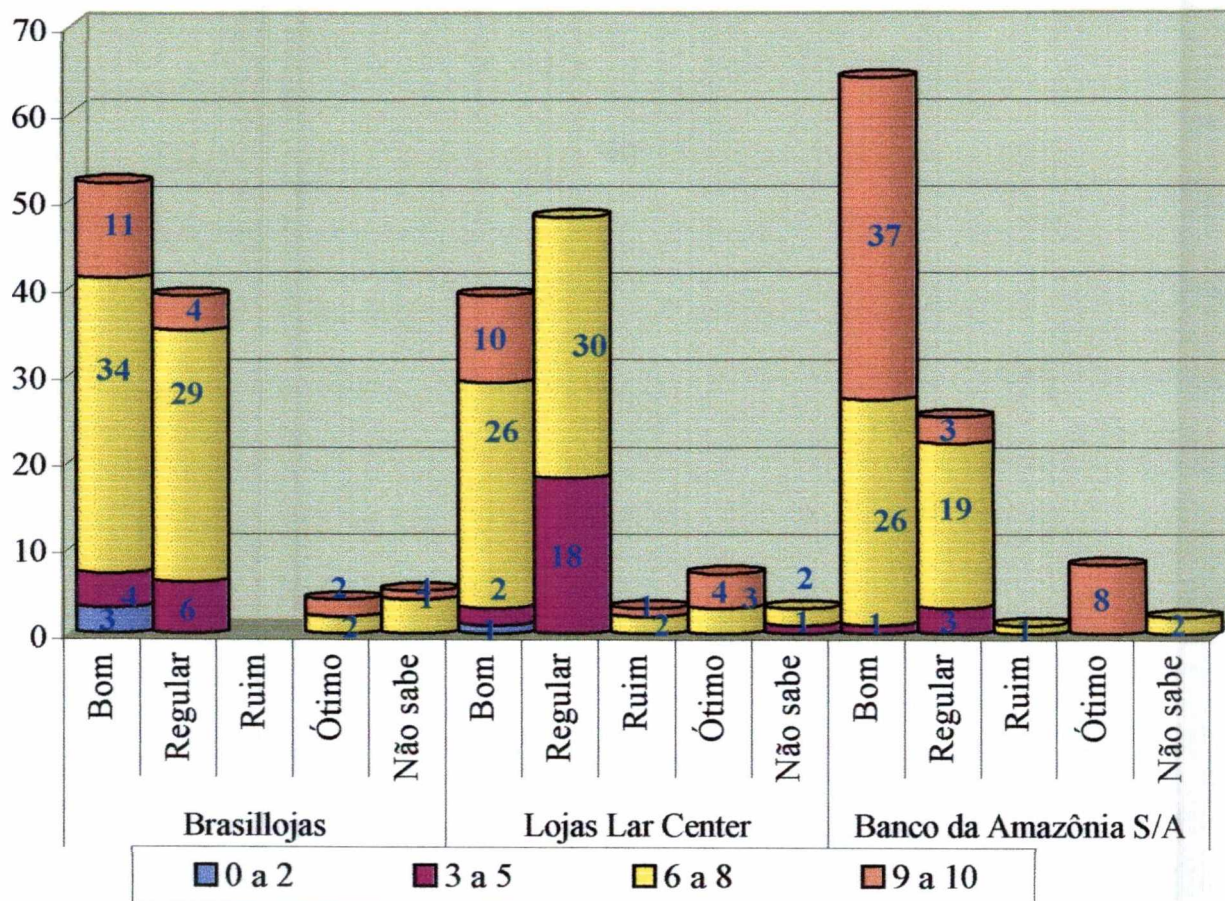
conceituada, é necessário se adequar as mudanças culturais que irão influenciar no comprometimento da empresa com os colaboradores internos. È preciso investir em iniciativas para melhorar a qualidade de vida de seus funcionários, possibilitando resultados positivos no desempenho das atividades profissionais na organização, que articula-se em oferecer um bom atendimento conquistando a credibilidade no mercado competitivo.

Quando uma empresa atua com responsabilidade social, aumenta o seu relacionamento com diversos públicos relevantes (clientes atuais e em potencial, opinião pública, funcionários, fornecedores, governo) aumenta a exposição positiva, onde seus produtos, serviços e marca ganham maior visibilidade e possível aceitação. Neste contexto a responsabilidade social deixa de ser apenas uma ação paralela a gestão da empresa e passa a ser atitude material e estratégica da organização.

Percebemos que no mundo globalizado, as empresas podem ser importantes agentes de promoção do desenvolvimento econômico, social, de disseminação do avanço tecnológico, de melhoria do grau de consciência de seus públicos relevantes (funcionários, fornecedores, clientes, governo, acionistas) e conseqüentemente de promoção do bem-estar da comunidade.

Neste sentido a cada nova exigência do mercado, a fim de se manter admiradas e respeitadas, as empresas passaram a ter que criar estruturas internas e formalizar ações que atendessem a essas exigências. A palavra de ordem atual passou a ser comunidade. É uma nova consciência do contexto social e cultural no qual se inserem as empresas, a chamada responsabilidade social. Esta está intimamente ligada à imagem que as empresas querem ter perante o mercado. Tempos atrás, bastava às empresas oferecer bons produtos, serviços, tratar de forma ética seus funcionários e parceiros para obter uma boa imagem no mercado, com o tempo as exigências aumentaram e passou a ser necessário possuir uma política de recursos humanos e dar atenção adequada aos funcionários e ao meio onde a empresa está inserida.

Gráfico 4.5.2: Análise sobre o desenvolvimento social e a nota da empresa junto aos clientes



O cruzamento entre a Relação de Atendimento e Imagem da Empresa, na **Comercial Brasillojas** 7% (n=7), afirmaram que o atendimento é ruim, e acham que serão mal atendidos. Os que disseram que o atendimento é regular, equivale a 34% (n=34), dentre estes 21% (n=21) conversam com os funcionários e 13% (n=13) acham que serão mal atendidos. Os que optaram por um bom atendimento, totalizam 43% (n=43), dentre estes 7% (n=7) acham a empresa bonita e desejam trabalhar nessa repartição, 16% (n=16) conversam com os funcionários, 7% (n=7) pensam, que serão mal atendidos e 6% (n=6) procuram o gerente.

Na **Lar Center**, 7% (n=7) responderam negativamente em relação ao atendimento e disseram que a empresa é bonita. Os que optaram por regular correspondem a 55% (n=55),

dentre estes 21%(n=21) desejam trabalhar na repartição, 18% (n=18) conversam com os funcionários, 9% (n=9) acham que serão mal atendidos e 7% (n=7) procuram o gerente. Aqueles que responderam que o atendimento é bom e gostam da empresa totalizam 20% (n=20), sendo que 5% (n=5) acham-na bonita, 10% (n=10) desejam trabalhar na empresa. E os outros 5% (n=5) pensam que terão um mau atendimento.

No **Banco da Amazônia S/A**, os que disseram que o atendimento é regular correspondem a 24% (n=24), dentre estes, 8% (n=8) desejam trabalhar na repartição, 9% (n=9) conversam com os funcionários, 7% (n=7) pensam que serão mal atendidos. Aqueles que gostam do atendimento equivale a 65% (n=65), entre esses 5% (n=5) acham a empresa bonita, 7% (n=7) desejam trabalhar na empresa, 34% (n=34) conversam com os funcionários e 19% (n=19) procuram o gerente.

Tabela 4.5.3: Análise sobre a imagem da empresa e a relação de atendimento

Imagem da empresa	Relação de atendimento							
	Ruim		Regular		Bom		Péssimo	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Brasillojas								
Bonita	1	1	1	1	7	7	1	1
Deseja trabalhar	3	3	4	4	7	7	-	-
Conver. c/ funcion.	1	1	21	21	16	16	-	-
Mal atendido	7	7	13	13	7	7	-	-
Procura o gerente	2	2	3	3	6	6	-	-
Total	100				100%			
Lojas Lar Center								
Bonita	7	7	4	4	5	5	1	1
Deseja trabalhar	1	1	21	21	10	10	1	1
Conver. c/ funcion.	3	3	18	18	2	2	1	1
Mal atendido	4	4	9	9	5	5	-	-
Procura o gerente	-	-	7	7	1	1	-	-
Total	100				100%			
Banco da Amazônia								
Bonita	-	-	-	-	5	5	-	-
Deseja trabalhar	-	-	8	8	7	7	-	-
Conver. c/ funcion.	2	2	9	9	34	34	-	-
Mal atendido	-	-	7	7	4	4	-	-
Procura o gerente	1	1	4	4	19	19	-	-
Total	100				100%			

A comunicação essencial das relações entre pessoas, é fator primordial na relação cliente-empresa. Um atendimento de alta qualidade se constitui como um diferencial entre as empresas de destaque no cenário brasileiro.

Com a globalização as empresas precisam de atualização constante, buscando maior eficiência no atendimento ao cliente. Nesse contexto é necessário que as organizações proporcionem palestra, seminários, treinamento de capacitação e uma avaliação constante da empresa com os funcionários e com os serviços oferecidos à clientela. Em seguida deverá fazer um diagnóstico profundo de seus pontos fortes, seus identificadores positivos, do ponto de vista dos clientes, fornecedores, funcionários, concorrentes e comunidade. Tentando descobrir quais são as reais forças e seus talentos.

Comparando as três empresas observamos que houve coincidência da **Comercial Brasillojas** e **Lar Center** com 7% (n=7) em relação ao mau atendimento, com 21% (n=21) relativo ao atendimento regular e imagem da empresa, desejam trabalhar naquela repartição e ao chegar na empresa conversam com os funcionários.

O Banco da Amazônia S/A, com 34% (n=34) destacou-se entre os demais pelo bom atendimento e conversam com os funcionários.

Entretanto, entrevistando e perguntando aos funcionários na sua opinião esta empresa valoriza o empregado pelo grau de conhecimento ou pela importância do trabalho em equipe?

O funcionário 1 do Banco da Amazônia S/A, esclarece:

Atualmente as tarefas mesmo distintas estão intercaladas, daí o conhecimento individual embora importante não é suficiente sendo o trabalho em equipe mais profícuo.

Sendo que o funcionário 2 da empresa Lar Center responde:

As pessoas são valorizadas pelo conhecimento, atualmente quem sabe mais é quem tem chance de vencer na vida.

Discordando do funcionário 3 da empresa Lar Center que diz:

Pela importância do trabalho em equipe.

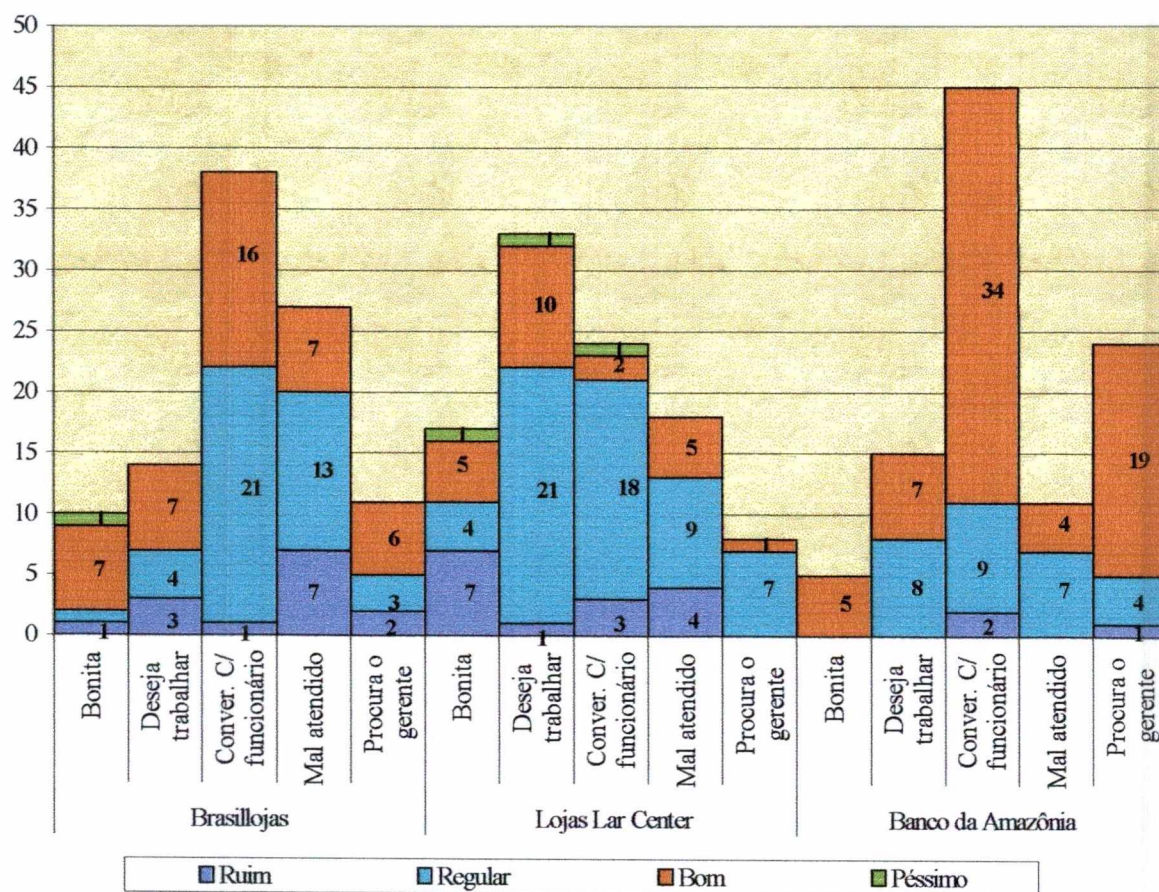
Deduzimos que atualmente para atender às necessidades exigências dos clientes, é necessário buscar a satisfação do cliente interno, visando o seu comprometimento com a organização para oferecer um serviço de qualidade que influencie na melhoria do funcionamento de cada um dos mercados em que atua. É preciso também que a empresa tenha um bom planejamento e visão estratégica para detectar as reais possibilidades de inovação dos produtos e do atendimento.

A organização deverá usar princípios éticos e morais e demonstrar o nível de respeito que é oferecido aos clientes, independente de qualidade que os produtos e serviços possuem e que esta atrelada a consciência dos empregados, ou seja, o cliente interno, o qual é um espelho onde os clientes vêem o reflexo e a imagem da empresa.

Atualmente, reforço de marca e imagem tem sido cada vez mais valorizado pelas empresas devido à concorrência acirrada. Empresas de comportamento socialmente responsáveis caracterizado pela coerência ética de suas ações e relações com seus diversos públicos, tende-se a destacar-se positivamente da concorrência, e conseqüentemente, conquistar a simpatia do consumidor, reforçando assim suas marcas e imagem e ampliando suas participações no mercado, pois sabemos que as imagens e marcas desenvolvem bons relacionamentos com os clientes, além de transmitirem segurança e tranquilidade.

Portanto, a divulgação da imagem e da marca é uma forma positiva de se vender um bom produto, de engrandecer e afirmar a potencialidade de uma empresa. Como diz, com rara sabedoria o consultor frances Chatoniche, o grande capital das empresas no século XXI será a “marca”. “Marca” como próprio nome diz é a imagem da empresa na mente do consumidor sobre determinado produto ou serviço. O valor de uma marca é medido pelo quanto esta é capaz de sustentar o preço de um produto ou serviço frente ao concorrente, ou seja, quanto o consumidor está disposto a pagar “a mais” para adquirir aquela “marca”

Gráfico 4.5.3: Análise sobre a imagem da empresa e a relação de atendimento



CAPÍTULO 5 CONCLUSÃO

Ao olhar para trás sob a ótica do final do século XX, percebe-se uma verdadeira mudança de paradigmas no seio da sociedade e das organizações. Desde o início da Revolução Industrial até os dias de hoje, muitas transformações aconteceram nos valores dentro e fora das empresas. O autoritarismo cedeu lugar a democracia. De uma concorrência limitada passou-se a uma concorrência cada vez mais acirrada. A orientação para produção foi substituída pela orientação para mercado. Do Controle de Qualidade passou-se à Gestão da Qualidade Total. A concepção taylorista do homem-robô foi dando espaço à concepção do homem enquanto ser multidimensional. Do trabalho escravizador passou-se ao trabalho libertador.

No bojo dessa revolução de valores e paradigmas, passou-se das pesquisas sobre motivação para o trabalho às investigações sobre motivação para a Qualidade. Nas organizações do final do século XX não é mais suficiente produzir conforme às especificações. É preciso uma atitude criativa, proativa. É preciso antecipar-se às diretrizes da empresa, contribuindo para o seu direcionamento. As pessoas da base da organização são aquelas que mais contato tem com os clientes externos, que melhor conhecem seus anseios e necessidades. Elas precisam, portanto, participar ativamente das decisões de direcionamento da empresa. Além disso, no contato com os clientes, precisam moldar sua atitude para melhor satisfação destas necessidades. Para isso precisam ter maturidade, autonomia, comprometimento e responsabilidade.

As investigações teóricas-práticas realizadas no decorrer do presente trabalho demonstram que, efetivamente, o comprometimento, a responsabilidade e a participação dos trabalhadores de nível operacional possuem relação direta com a Qualidade alcançada pela empresa.

Hoje, mais do nunca, as organizações aceitaram o desafio de oferecer um atendimento diferenciado aos seus clientes. Elas estão ouvindo, respondendo e adotando novas, e até recentes, abordagens para criar e administrar atendimento de alta qualidade. E isso quer dizer que existem muito mais organizações atuando de forma que todos possam aprender.

Os clientes vão aonde encontram o tipo de atendimento que desejam. A pesquisa mostra que as empresas que acertaram em fórmula bem sucedidas de atendimento são rentáveis, crescem na participação de mercado e propiciam muitos comentários positivos entre as pessoas a quem satisfaz

Neste sentido o compromisso dos funcionários do Banco da Amazônia S/A, é apresentar o nível mais elevado de atendimento, ter como prioridade, atitudes sempre corteses e profissionais com os clientes, propiciar ajuda e apoio mútuos em todas as ocasiões e buscar soluções inovadoras para os desafios que enfrentam, esforço para manter a reputação de alta qualidade e para torná-lo melhor e assim como, uma posição forte, de liderança.

A compreensão de que, independente dos papéis dentro da organização do Banco da Amazônia, todos são participantes do processo que moldará ao amanhã, através das realizações de hoje e do planejamento cuidadoso do futuro.

Desta forma a fórmula para a satisfação do cliente não é somente a qualidade do resultado, o emprego de técnicas científicas aprimoradas, mais também as expectativas do cliente e a sua percepção do processo, levando das expectativas ao resultado que determinam a qualidade final do serviço prestado.

Com relação ao objetivo geral do presente trabalho, pode-se concluir que as decisões adotadas pelos dirigentes do Banco da Amazônia S/A, nos últimos anos, foram suficientemente eficientes e eficazes para satisfazer as necessidades e desejos dos seus clientes, tendo para isso procurado valorizar os seus funcionários de modo que estes fossem

os verdadeiros agentes na determinação da qualidade do atendimento.

Definir Qualidade é um tanto difícil, devido às múltiplas abrangências e dimensões da palavra, mas de maneira simples podemos dizer que cada pessoa tem o seu próprio conceito, pois este depende da percepção de cada um, sendo portanto, função da cultura do grupo que se considera.

Este trabalho está voltado especialmente para a Qualidade percebida pelos clientes do Banco da Amazônia S/A, e em poucas linhas, podemos destacar o conceito que esse universo tem de qualidade.

Qualidade do ponto de vista do cliente: adequação ao uso.

Estamos no início do novo milênio, mas continuamos nos deparando com obstáculos que sempre rondaram as sociedades em qualquer parte do mundo. Todos nós, cada um à sua maneira, em diferentes proporções, gerencia e /ou participa de algum processo, seja no trabalho, em casa, na escola, sempre enfrentando desafios que precisam ser vencidos.

De maneira geral, busca-se vencer estes desafios, através de um sistema organizado com trabalho estruturado e em equipe, que são os princípios básicos para a continuidade de qualquer processo. Agora mais do que nunca, além de fazer tudo isso, temos que fazê-lo com qualidade.

Todos afirmam ser muito importante ouvir o cliente, mas poucos têm um sistema estruturado nesse sentido. O senso comum diz que atender bem é fundamental. Porém, entre atender e dar condição à sua empresa para agir de forma diferenciada tem um grande espaço. O importante é dar condição para que os funcionários em contato com o público tenham autoridade para resolver aqueles problemas que, para o cliente, significam qualidade.

Geralmente, a qualidade do produto está intrínseca, o diferencial está no atendimento. Quero enfatizar: é para esta capacidade prática, real, de efetivamente demonstrar uma diferença no atendimento que as pessoas precisam despertar, porque "Qualidade começa

com educação e termina com educação".

As empresas, que de alguma maneira já conseguiram descobrir que seu sucesso passa pela motivação dos seus funcionários, devem trabalhar no sentido de manter e incrementar a motivação, de forma a maximizar as potencialidades dos seus mais importantes recursos: as pessoas.

A conscientização para qualidade do relacionamento das pessoas é fundamental no processo. Os valores da empresa devem ser divulgados para assimilação de todos os funcionários que devem ser multiplicadores disseminando a missão e o processo da Qualidade.

Aqui entra de forma determinante o Fator Humano. Cada funcionário deixa de ser mãos e cérebros para ser também nervos e emoções. O que temos aqui é uma necessidade de mudanças de comportamento do grupo para adequar-se à nova filosofia da Qualidade, tão dinâmica quanto o mercado e a tecnologia. A aprendizagem do grupo é muito importante, e sustenta-se em duas premissas: conhecimento e motivação. O conhecimento é assegurado pelo treinamento técnico e em Qualidade, e pela educação formal, que também pode e deve ser assumida pelo patrão. Mas não é suficiente para sedimentar novos valores, criar novos hábitos. O que transforma o conhecimento em ação e mudança é a motivação. E esta se conquista através do exemplo das lideranças; na definição da missão e dos objetivos da empresa; (...) de uma política administrativa transparente.

Verifica-se que a Qualidade não está mais calcada apenas em técnicas e tecnologia. Pessoas passam a ser a tecnologia mais importante e determinante. Cada funcionário é órgão nervoso e vital no organismo da empresa, pois este deve ser suficientemente capaz e responsável para adequar-se a uma estrutura baseada em lideranças.

O que se busca não é a simples implantação de uma política estratégica: busca-se sedimentar um comportamento e cultura organizacional cuja célula é o comportamento

postura de cada um. Assim, nasce o cliente interno: cada pessoa é ouvida dentro do contexto organizacional, para o sucesso do grupo.

O desenvolvimento representa para o grupo algo de extrema importância, ao possibilitar a compreensão de um tema tão discutido atualmente, enriquecendo nossos conhecimentos com o pensamento de respeitados autores, considerados precursores do programa de implantação e gestão da Qualidade Total, recompensando os esforços e representando valioso aprendizado. Convém lembrar ainda que a qualidade propõe um permanente aperfeiçoamento. Ela pode ser comparada com um horizonte que parece afastar à medida que dele nos aproximamos.

Desta maneira, o labor na qualidade é para sempre, e dá um sentido coerente à missão da organização. A preocupação do empresário com a permanente motivação do seu time é crucial: os indicadores de apatia devem provocar a sua intervenção. Isto acontece por duas razões psicológicas. Por um lado, pela sua natureza de permanente mudança, a convivência com a qualidade nos submete às tensões psíquicas desagradáveis que as mudanças originam, derivadas da permanente e sucessiva perda, desorganização e nova reorganização dos nossos referenciais (ou paradigmas). Por outro lado, a qualidade na sua intrínseca busca da perfeição, nos faz defrontar permanentemente com a nossa própria imperfeição, nossas limitações e fraquezas pessoais, o que se traduz na linguagem psíquica como um "tapa" na nossa onipotência.

Deste modo as organizações estão se adaptando aos novos paradigmas que regem o mundo moderno. A questão é que, para atingir a qualidade, produtividade e competitividade é preciso que as pessoas sejam tratadas como seres humanos e, não apenas como recursos humanos. A competitividade só acontece quando estas se sentem engajadas e comprometidas com o seu trabalho. Apenas com criatividade e participação das pessoas as empresas podem fazer face a um mundo de mudanças rápidas e contínuas.

Desta forma, sempre se caracterizou a empresa ideal como sendo aquela que conseguiria conciliar os objetivos individuais dos empregados com os objetivos organizacionais. Ao perceber-se a importância de contar com trabalhadores satisfeitos e realizados no trabalho para a busca da Qualidade, alcança-se a conciliação desses interesses. Esta nova forma de relacionamento entre capital-trabalho implica um novo paradigma empresarial, no qual o respeito mútuo e a confiança são valores fundamentais ao sucesso, e a atitude de servir passa a ser uma premissa básica ao desenvolvimento da organização.

No que diz respeito aos objetivos específicos estabelecidos no presente trabalho, foi possível demonstrar que os membros da organização, pelo aspecto segurança e motivação que recebem do Banco, estão plenamente satisfeitos com o ambiente de trabalho e com a própria organização, tendo que todos eles tem mais de dez anos de serviços.

Ao mesmo tempo, pode-se concluir que a qualidade do atendimento, dos produtos e serviços da organização está completamente de acordo com os desejos dos seus clientes, e é hoje, fruto de estudo do mercado com definição de prioridades dentro dos objetivos do Banco e, principalmente, empenho de sua equipe de profissionais.

Nestes termos recomenda-se que as decisões estratégicas e gerenciais de uma organização sejam tomadas com base em dados confiáveis e oportunos.

Por fim, sugere-se como campo para novas pesquisas o estudo aprofundado sobre o ser Humano e sua satisfação no trabalho como fator primordial para o Atendimento de Qualidade. A experiência adquirida na elaboração da presente pesquisa permite concluir que cada vez menos há distinção entre a vida fora e dentro do ambiente de trabalho. As pessoas estão cada vez mais conscientes de que passam uma parte preciosa de suas vidas no trabalho, e se não utilizarem esse tempo para construírem a si mesmas, para deixarem sua parcela de contribuição no mundo, em algum momento perceberão um grande vazio. Quando se fala em qualidade de vida não é possível excluir o trabalho. E para que o trabalho realmente seja um

meio de realização pessoal é necessário atribuir-lhe um significado. O estudo sobre os significados que as pessoas dão ao trabalho e sobre a importância desta busca da motivação para a qualidade traria uma contribuição valiosa às pesquisas sobre o Atendimento ao Cliente.

REFERÊNCIAS

ARMAND, Feigenbaum. **Controle Total da Qualidade**. Rio de Janeiro, 1956.

BERRY, L. **Serviços de satisfação máxima: guia prático de ação**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

BERRY, L. & PARASURAMAN, A. **Serviços de Marketing: competindo através da qualidade**. São Paulo: Maltese-Norma, 1992.

CAMPOS, Vicente Ialconi. **TQC – Controle de Qualidade Total**. (no estilo japonês). 8ed. belo Horizonte. Desenvolvimento Gerencial, 1999.

CASTRO, Paiva Rodrigo. **Capital Motivacional**. Disponível em: <http://ww.rh.com.br>. Acesso em: 24/11/2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. Rio de Janeiro: Campus.2000.

COOPERS & LIBRAND. **Remuneração Estratégica**. São Paulo: Atlas.1996.

DIAS, Armando Mendes. **A Amazônia e o seu Banco**. Manaus, Ed Valer/Banco da Amazônia, 2002.

DRUCKER, Peter Fernand. **Administração em tempos de grandes mudanças**. São Pulo: Pioneira. 1995.

ELY, Elizeu Eduardo. **Clima Organizacional: O diferencial competitivo.** Disponível em: <http://www.rh.com.br>. Acesso em: 01/04/2003.

FILHO, Pereira : **A Nova Vantagem Competitiva.** São Paulo : Atlas, 1996

GRETZ. **Qualidade e Comprometimento.** Disponível em: <http://www.gretz.com.br>. Acesso em: 02/04/2003.

JURAN, José M. **A qualidade desde o projeto: os novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços.** São Paulo: Pioneira, 1992.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento e controle.** São Paulo: Atlas, 1996.

KOTLER, O. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados.** São Paulo: Futura, 1999.

KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing.** Rio de Janeiro: Prentice, 1996.

LERNER, Walter. **Organização Participativa.** São Paulo: Atlas, 1999.

LOBOS, Júlio. **Encantando o Cliente Externo e Interno.** 9 Ed. revisada, São Paulo: J. Lobos, 1993.

LUIZA, Maria. **Proatividade.** Disponível em: <http://www.sebrae-sc.com.br>. Acesso em:

22/09/2003.

LUZARDO, Silvio. **Qualidade no Atendimento é Vital**. Disponível em:
<http://ww.qualidade.com.br>. Acesso em 25/11/2003.

MAITLAND, Iain. **Como motivar pessoas**. São Paulo: Nobel. 2000.

MARINS, Luiz. **Atingindo Objetivos e Metas**. São Paulo: Tilibra. 2002.

NACFUR, Anis. **Cliente Interno Versus Cliente Externo**. Disponível em:
<http://ww.embrapa.com.br>. Acesso em: 02/06/2003.

NEVES, Witle Cristina Maria. **Funcionários Motivados, clientes felizes**. Disponível em:
<http://ww.rh.com.br>. Acesso em: 24/11/2003.

RESS, Luis Felipe Sousa Dias. **Gestão da Excelência na Atividade Bancária**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

RUGGIERO, Alberto Pirró **A Força dos Talentos Contribuindo para Composição e Competência da Equipe**. Disponível em: <http://www.rh.com.br>. Acesso em: 01/04/2003.

SILVEIRA, Wagner. **Como motivar quem perdeu o interesse pelo trabalho**. Disponível em: <http://ww.rh.com.br>. Acesso em: 29/11/2003.

SHIOZAWA, R. S. **Qualidade no atendimento e tecnologia de informação**. São Paulo:

Atlas, 1993.

PASCHOALETO, Alberto Carlos. **A difícil missão de cumprir metas**. Disponível em:
<http://ww.rh.com.br>. Acesso em: 22/11/2003.

W. Edwards Deming. **Qualidade: A revolução da Administração**. Rio de Janeiro, 1996.

APÊNDICES

Calculo de amostragem de Pesquisa de Campo

Comercial Brasillojas Ltda - Fornecedores 140 → 20% → 28 pessoas

Total de clientes

Banco da Amazônia S/A	380	
Comercial Brasillojas	2.789	
Lojas Lar Center	<u>700</u>	
	3.869	
	3.869	→ 10 % = <u>387</u> = 129
		3

Banco da Amazônia S/A	<u>380</u> x <u>100</u> = <u>12900</u> = 33,94 %
	129 X 380

Comercial Brasillojas	<u>2789</u> x <u>100</u> = <u>12900</u> = 4,62 %
	129 X 2789

Lojas Lar Center	<u>700</u> x <u>100</u> = <u>12900</u> = 18,42 %
	129 X 700

Cálculo da pesquisa do Estudo de Caso

167 → 10 % → 17 pessoas

Gerente	→ 01 → <u>17</u> x <u>100</u> = <u>100</u> = 5,8 %
	01 X 17

Administradores	→ 01 → 5,8 %
-----------------	--------------

Fornecedores	→ 04	<u>17</u> x <u>100</u> = <u>400</u> = 23,5 %
		4 X 17

Funcionários	→ 12	<u>17</u> x <u>100</u> = <u>1200</u> = 70,5 %
		12 X 17

ENTREVISTA

- 1 Você é um funcionário proativo em relação aos seus clientes?
- 2 Os benefícios que recebe desta empresa, atendem suas necessidades. Em relação a sua remuneração mensal você está satisfeito?
- 3 Qual o grau de comprometimento da empresa com seus funcionários? Que fatores contribuem para que estes se sintam satisfeitos?
- 4 Quais foram os avanços tecnológicos desta empresa nos últimos anos? Você considera esses avanços como vantagem competitiva de sua empresa frente ao mercado?
- 5 Você tem “espírito participativo” na execução de suas tarefas? Você presta ajuda aos colegas na realização de tarefas difíceis? O que é mais importante para você ser honesto ou ser o melhor?
- 6 Qual a importância da qualidade dos serviços e produtos desta empresa. O que o cliente representa para esta empresa?
- 7 Você está preparado para atender as exigências do cliente do século XXI?
- 8 Qual a relação que esta empresa tem com a comunidade? Em algum momento se preocupa com o meio ambiente? De que forma?
- 9 A fadiga é considerada como redutor da eficiência o que você sugere para melhoria nesse sentido, visando ascensão profissional?
- 10 Você está preparado para acompanhar as grandes mudanças no setor empresarial? Ou acha que precisa de treinamentos para aumentar seus conhecimentos?
- 11 Os caminhos traçados pela empresa para atingir suas metas exige equipes empenhadas, para obtenção das mesmas? De que forma os funcionários contribuem para o alcance desses objetivos?
- 12 Na sua opinião esta empresa valoriza o empregado pelo grau de conhecimento ou pela

importância do trabalho em equipe?

13 Grande parte das empresas preferem a mão de obra mais jovem. Qual a sua opinião sobre o assunto? Existem critérios pela preferência? Em relação as mulheres que fazem parte do quadro desta empresa existe diferença no que diz respeito a ocupação de cargos, antes pertencentes somente aos homens?

14 Você acha que a eficiência contribui para o crescimento profissional? Ou apenas destaca o funcionário entre os demais na empresa?

15 A seleção dos Recursos Humanos desta empresa é baseada no grau de conhecimento ou de experiência? As habilidades dos funcionários condizem com as estratégias da empresa? Existe distinção de cargos ou funções entre funcionários de nível médio e superior? Na sua opinião quem tem chance de ocupar os melhores cargos?

Entrevista com o funcionário 1 da empresa Banco da Amazônia S/A

1 Entrevistador: Você é um funcionário proativo em relação aos seus clientes?

Entrevistado: Sim. Procuo me antecipar as expectativas dos clientes, ou seja, o que eles desejam e esperam que eu faça como Banco

2 Entrevistador: Os benefícios que recebe desta empresa, atendem suas necessidades. Em relação a sua remuneração mensal você está satisfeito?

Entrevistado: As necessidades das pessoas quase nunca estão satisfeitas, quanto mais se tem mais se quer, entretanto me sinto satisfeito com os benefícios que recebo, inclusive a remuneração mensal.

3 Entrevistador: Qual o grau de comprometimento da empresa com seus funcionários? Que fatores contribuem para que estes se sintam satisfeitos?

Entrevistado: Com a nova Diretoria a empresa está caminhando a passos largos em direção esta questão. Boas condições de trabalho, ambiente saudável, e remuneração adequada.

4 Entrevistador: Quais foram os avanços tecnológicos desta empresa nos últimos anos? Você considera esses avanços como vantagem competitiva de sua empresa frente ao mercado?

Entrevistado: Principalmente a questão da automação bancária. Sim, embora ainda não no nível adequado, mas já avançamos bastante, o propósito é que a médio prazo consigamos avanços mais significativos.

5 Entrevistador: Você tem “espírito participativo” na execução de suas tarefas? Você presta ajuda aos colegas na realização de tarefas difíceis? O que é mais importante para você ser honesto ou ser o melhor?

Entrevistado: Me sinto até envaidecido quando posso resolver o problema de alguém, mesmo que isto redunde em algum prejuízo próprio.

6 Entrevistador: Qual a importância da qualidade dos serviços e produtos desta empresa. O

que o cliente representa para esta empresa?

Entrevistado: Para todas as empresas a qualidade é fundamental, porque além de atender ela satisfaz o cliente.

A razão de ser de existência desta empresa.

7 Entrevistador: Você está preparado para atender as exigências do cliente do século XXI?

Entrevistado: As exigências dos clientes são muito dinâmicas, daí a necessidade constante do aperfeiçoamento do funcionário para satisfazê-lo. Tenho buscado continuamente preparar-me para atender cada vez melhor.

8 Entrevistador: Qual a relação que esta empresa tem com a comunidade? Em algum momento se preocupa com o meio ambiente? De que forma?

Entrevistado: A preocupação é constante tanto com a comunidade com o meio ambiente, sendo os projetos financiados, executados rigorosamente dentro da legislação ambiental.

9 Entrevistador: A fadiga é considerada como redutor da eficiência o que você sugere para melhoria nesse sentido, visando ascendência profissional?

Entrevistado: Que se adeqüe as tarefas a quantidade de mão de obra suficiente e necessário para realização, assim como se promova condições de trabalho desejáveis.

10 Entrevistador: Você está preparado para acompanhar as grandes mudanças no setor empresarial? Ou acha que precisa de treinamentos para aumentar seus conhecimentos?

Entrevistado: Com a globalização nós estamos buscando acompanhar as mudanças que ocorrem no mundo, daí a necessidade de uma permanente atualização de conhecimentos para atender essas demandas.

11 Entrevistador: Os caminhos traçados pela empresa para atingir suas metas exige equipes

empenhadas, para obtenção das mesmas? De que forma os funcionários contribuem para o alcance desses objetivos?

Entrevistado: Os funcionários são as peças mais importantes para o alcance das metas traçadas e têm-se feito um trabalho muito forte na coesão das equipes dando-lhes ferramentas para o alcance desses objetivos.

12 Entrevistador: Na sua opinião esta empresa valoriza o empregado pelo grau de conhecimento ou pela importância do trabalho em equipe?

Entrevistado: Atualmente as tarefas mesmo distintas estão intercaladas, daí o conhecimento individual embora importante não é suficiente, sendo o trabalho em equipe mais profícuo.

13 Entrevistador: Grande parte das empresas preferem a mão de obra mais jovem. Qual a sua opinião sobre o assunto? Existem critérios pela preferência? Em relação as mulheres que fazem parte do quadro desta empresa existe diferença no que diz respeito a ocupação de cargos, antes pertencentes somente aos homens?

Entrevistado: Cada fase da vida tem sua importância os jovens detêm a força, mas não a experiência, assim sendo há sempre de haver um mesclado de força, experiência e conhecimento para que as coisas aconteçam a contento.

Não. A preferência atualmente é pela capacidade e não pelo sexo, quando se trata de profissionalismo.

14 Entrevistador: Você acha que a eficiência contribui para o crescimento profissional? Ou apenas destaca o funcionário entre os demais na empresa?

Entrevistado: Com certeza a eficiência é fundamental para otimização na execução das tarefas, assim contribui de maneira significativa para o crescimento profissional.

15 Entrevistador: A seleção dos Recursos Humanos desta empresa é baseada no grau de conhecimento ou de experiência? As habilidades dos funcionários condizem com as estratégias da empresa? Existe distinção de cargos ou funções entre funcionários de nível médio e superior? Na sua opinião quem tem chance de ocupar os melhores cargos?

Entrevistado: A seleção é baseada no grau de conhecimento demonstrado em concursos e as habilidades são condizentes com as estratégias da empresa, havendo cargos que requerem nível e outros com nível médio. Aqueles que detém maior nível de informação e conhecimento.

Entrevista com o funcionário 2 da empresa Lar Center

1 Entrevistador: Você é um funcionário proativo em relação aos seus clientes?

Entrevistado: Sim, eu me preocupo com meus clientes, em atender eles de forma amigável, para que eles retornem sempre a loja, porque quando ele se sente bem ele volta novamente.

2 Entrevistador: Os benefícios que recebe desta empresa, atendem suas necessidades. Em relação a sua remuneração mensal você está satisfeito?

Entrevistado: Aqui na cidade eles não dão muito valor para os funcionários, meu salário não atende meus desejos, mas agente tem que valorizar o que ganha senão fica desempregado.

3 Entrevistador: Qual o grau de comprometimento da empresa com seus funcionários? Que fatores contribuem para que estes se sintam satisfeitos?

Entrevistado: A empresa se preocupa com a atualização do salário, mas seria melhor se tivéssemos mais benefícios, como, plano odontológico, tickets etc.

4 Entrevistador: Quais foram os avanços tecnológicos desta empresa nos últimos anos? Você considera esses avanços como vantagem competitiva de sua empresa frente ao mercado?

Entrevistado: A informática que está mais presente nas empresas e dá uma vantagem competitiva para nossa empresa.

5 Entrevistador: Você tem “espírito participativo” na execução de suas tarefas? Você presta ajuda aos colegas na realização de tarefas difíceis? O que é mais importante para você ser honesto ou ser o melhor?

Entrevistado: Eu participo de quase tudo, as vezes ajudo meus colegas, e para mim correto é ser honesto e fazer as coisas bem feitas, dentro e fora da loja.

6 Entrevistador: Qual a importância da qualidade dos serviços e produtos desta empresa. O que o cliente representa para esta empresa?

Entrevistado: Se não atendermos bem nossos clientes e nossos produtos não forem bons, eles

não voltarão para comprar e ainda irão falar mal da empresa. E o cliente é tudo para a empresa pois sem ele nós não recebemos o salário.

7 Entrevistador: Você está preparado para atender as exigências do cliente do século XXI?

Entrevistado: Não, pois os clientes de hoje são muito exigentes e temos que nos capacitar mais para atender as necessidades do cliente.

8 Entrevistador: Qual a relação que esta empresa tem com a comunidade? Em algum momento se preocupa com o meio ambiente? De que forma?

Entrevistado: A loja patrocina alguns eventos na cidade e se preocupa quando participa de atividades na cidade.

9 Entrevistador: A fadiga é considerada como redutor da eficiência o que você sugere para melhoria nesse sentido, visando ascensão profissional?

Entrevistado: Seria bom se tivéssemos uma sala de diversão no fundo da loja como em outros países, assim estaríamos mais preparados para atender melhor os clientes.

10 Entrevistador: Você está preparado para acompanhar as grandes mudanças no setor empresarial? Ou acha que precisa de treinamentos para aumentar seus conhecimentos?

Entrevistado: Sim, sempre é bom estudar mais e os treinamentos ajudam muito no desenvolvimento da pessoa e é bom para a gente, para a loja e cliente.

11 Entrevistador: Os caminhos traçados pela empresa para atingir suas metas exige equipes empenhadas, para obtenção das mesmas? De que forma os funcionários contribuem para o alcance desses objetivos?

Entrevistado: Se esforçando o máximo para fazer o que foi dito nas reuniões, e se ligar o máximo com os interesses da empresa.

12 Entrevistador: Na sua opinião esta empresa valoriza o empregado pelo grau de conhecimento ou pela importância do trabalho em equipe?

Entrevistado: Na minha opinião agente é valorizado pelo conhecimento, pois hoje quem sabe

mais é quem tem chance de vencer na vida.

13 Entrevistador: Grande parte das empresas prefere a mão de obra mais jovem. Qual a sua opinião sobre o assunto? Existem critérios pela preferência? Em relação as mulheres que fazem parte do quadro desta empresa existe diferença no que diz respeito a ocupação de cargos, antes pertencentes somente aos homens?

Entrevistado: Depende do ramo que a empresa atua, nesta loja as mulheres são tão importantes quanto os homens.

14 Entrevistador: Você acha que a eficiência contribui para o crescimento profissional? Ou apenas destaca o funcionário entre os demais na empresa?

Entrevistado: É claro que a eficiência traz conhecimento profissional, pois se um trabalhador é dedicado quando houver um cargo mais elevado aquele mais dedicado é que irá assumir.

15 Entrevistador: A seleção dos Recursos Humanos desta empresa é baseada no grau de conhecimento ou de experiência? As habilidades dos funcionários condizem com as estratégias da empresa? Existe distinção de cargos ou funções entre funcionários de nível médio e superior? Na sua opinião quem tem chance de ocupar os melhores cargos?

Entrevistado: O conhecimento e a experiência, e os funcionários precisam de mais treinamento, e que tem maior instrução é que assume os cargos mais elevados, e aqueles que se esforçam são os que têm chance de ocupar melhores cargos.

Entrevista com o funcionário 3 da empresa Lar Center

1 Entrevistador: Você é um funcionário proativo em relação aos seus clientes?

Entrevistado: Sim, pois os clientes são de grande importância para a loja.

2 Entrevistador: Os benefícios que recebe desta empresa, atendem suas necessidades. Em relação a sua remuneração mensal você está satisfeito?

Entrevistado: Sim, as necessidades básicas são atendidas, mas não estou satisfeito com meu salário.

3 Entrevistador: Qual o grau de comprometimento da empresa com seus funcionários? Que fatores contribuem para que estes se sintam satisfeitos?

Entrevistado: É razoável, pois o pagamento está em dias e eu gostaria que a empresa se preocupasse com agente.

4 Entrevistador: Quais foram os avanços tecnológicos desta empresa nos últimos anos? Você considera esses avanços como vantagem competitiva de sua empresa frente ao mercado?

Entrevistado: A informatização de suas mercadorias, tendo como base a informática e é fundamental para a competição do mercado.

5 Entrevistador: Você tem “espírito participativo” na execução de suas tarefas? Você presta ajuda aos colegas na realização de tarefas difíceis? O que é mais importante para você ser honesto ou ser o melhor?

Entrevistado: Sim, participo de tudo, ajudo meus colegas, acho que é mais importante ser honesto sempre com as pessoas.

6 Entrevistador: Qual a importância da qualidade dos serviços e produtos desta empresa. O que o cliente representa para esta empresa?

Entrevistado: São os dois fatores mais importantes e exigidos hoje no mercado de trabalho. E o cliente é a base de sustentação da empresa.

7 Entrevistador: Você está preparado para atender as exigências do cliente do século XXI?

Entrevistado: Sim, fiz alguns cursos preparatórios durante minha vida profissional.

8 Entrevistador: Qual a relação que esta empresa tem com a comunidade? Em algum momento se preocupa com o meio ambiente? De que forma?

Entrevistado: A amizade, e o patrocínio de alguns eventos da cidade.

9 Entrevistador: A fadiga é considerada como redutor da eficiência o que você sugere para melhoria nesse sentido, visando ascensão profissional?

Entrevistado: Não tenho fadiga, mas gostaria que tivesse uma sala de leitura, para ficarmos mais informados das coisas que acontecem no mundo.

10 Entrevistador: Você está preparado para acompanhar as grandes mudanças no setor empresarial? Ou acha que precisa de treinamentos para aumentar seus conhecimentos?

Entrevistado: Preciso de mais cursos e treinamentos especializado na área.

11 Entrevistador: Os caminhos traçados pela empresa para atingir suas metas exige equipes empenhadas, para obtenção das mesmas? De que forma os funcionários contribuem para o alcance desses objetivos?

Entrevistado: Sim, dando o máximo de desempenho dentro da firma e um bom atendimento visando conquistar a amizade da população.

12 Entrevistador: Na sua opinião esta empresa valoriza o empregado pelo grau de conhecimento ou pela importância do trabalho em equipe?

Entrevistado: Pela importância do trabalho em equipe.

13 Entrevistador: Grande parte das empresas prefere a mão de obra mais jovem. Qual a sua opinião sobre o assunto? Existem critérios pela preferência? Em relação as mulheres que fazem parte do quadro desta empresa existe diferença no que diz respeito a ocupação de cargos, antes pertencentes somente aos homens?

Entrevistado: Eu discordo, e as mulheres são importantes em qualquer empresa e são tão

capazes como os homens.

14 Entrevistador: Você acha que a eficiência contribui para o crescimento profissional? Ou apenas destaca o funcionário entre os demais na empresa?

Entrevistado: Sim, só sobe na vida quem tem preocupação em vencer e ser eficiente.

15 Entrevistador: A seleção dos Recursos Humanos desta empresa é baseada no grau de conhecimento ou de experiência? As habilidades dos funcionários condizem com as estratégias da empresa? Existe distinção de cargos ou funções entre funcionários de nível médio e superior? Na sua opinião quem tem chance de ocupar os melhores cargos?

Entrevistado: Experiência, sim, mas poderíamos nos aperfeiçoar mais e os níveis mais elevados têm melhores cargos e as pessoas com nível superior tem mais chance de assumir cargos mais elevados.

QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONÁRIOS

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, com o objetivo de incentivar os funcionários e aperfeiçoar o nível de qualidade dos serviços e dos profissionais no mercado de trabalho. Para que todos os envolvidos sejam beneficiados precisamos da sua colaboração respondendo de forma clara e objetiva o presente questionário.

OBS. - Não é necessário se identificar. - Marque quantas opções julgar necessárias em cada quisito. - Favor devolvê-lo até: / /

01. Sexo ?

0101. Masculino 0102. Feminino

02. Idade?

0201. Até 19 anos 0203. 31 a 50 anos
0202. 20 a 30 anos 0204. Mais de 50 anos

03 Estado Civil

0301. Solteiro (a) 0303. Separado (a)
0302. Casado (a) 0304. Viúvo (a)

04. Qual o seu nível de escolaridade?

0401. Ensino Fundamental
0402. Ensino Médio incompleto
0403. Ensino Médio completo
0404. Superior incompleto
0405. Superior completo

05. Possui curso profissionalizante?

0501. Sim 0502. Não

06 Caso afirmativo, qual?.....

07. Em que empresa trabalha?

0701. Lojas Lar center
0702. Comercial Brasillojas
0703. Banco da Amazonia S/A

08. Qual a área de atuação?

09. Quantos anos trabalha na empresa ?

0901. Menos de 01 ano
0902. De 01 a 02 anos
0903. Acima de 02 anos

10. Porque trabalha nessa empresa?

1001. Salário
1002. Os benefícios
1003. Perspectiva de estabilidade
1004. Qualificação profissional

11. O que recebe de motivação pelo desempenho de suas tarefas ?

1101. Elogios 1103. Não percebe
1102. Prêmio 1104. Outro

12. É comprometido com a empresa?

1201. Sim 1202. Não

13. Em caso afirmativo, justifique.

1301. Reconhecimento pelo desempenho
1302. Valorização pelo bom profissional
1303. Promoções
1304. Salários satisfatórios

14. Em caso negativo, justifique

1401. Falta de reconhecimento
1402. Salário não compensa
1403. Falta de apoio da administração
1404. Competição exarcebada

15. Os chefes são qualificados para coordenar pessoas?

1501. Sim 1502. Não

16. Caso negativo, porque? Enumere

1601. Não é criativo
1602. Não tem sinergia
1603. Não participa da missão empresa
1604. Não desenvolve trabalho em grupo
1605. Não é conhecedor da função

17. Você é capaz de dirigir pessoas?

1701. Sim 0702. Não

18. Caso afirmativo, como? Enumere

1801. Sabe transmitir conhecimentos
1802. Sabe envolver pessoas
1804. É bem humorado
1805. Sabe ouvir
1806. É dinâmico

19. Você motiva seus subordinados?

1901. Sim 1902. Não

20. Em caso afirmativo como?

2001. Aceitando idéias
2002. Elogiando seus subordinados
2003. Avaliando seus desempenhos
2004. Sugerindo soluções aos problemas
2005. Estimulando o trabalho em equipe

21. Em caso negativo, porque? Enumere-os

2101. Não cria oportunidade
2102. Não agradece os colaboradores
2103. Não oferece liberdade de ação
2104. Não elogia os funcionários

22. Sua empresa é informatizada?

2201. Sim 2202. Não

23. Quais as vantagens da informatização?

2301. Agilidade no atendimento
2302. Velocidade de informações
2303. Redução de custos
2304. Controle de produção

24. Você tem acesso a internet ?

2401. Sim 2402. Não

25. Caso afirmativo qual o provedor?.....

26. O que representa informática na empresa?

2601. Essencial no controle de qualidade
2602. Excelente para o atendimento
2603. Grande facilitadora de comunicação
2604. Essencial na obtenção de resultados

27. Considera a motivação importante no desempenho da empresa?

2701. Sim 2702. Não

28. Em caso afirmativo, justifique.

2801. Aumenta a produtividade
2802. Melhora a qualidade no atendimento
2803. Aperfeiçoa os processos de trabalho
2804. Interação na estrutura funcional

29. Em caso negativo, o que justifica?

2901. Falta de incentivo
2902. Falta de segurança
2903. Instabilidade no emprego
2904. Baixo salário

30. Você se sente motivado?

3001. Bem estar social
3002. Ascensão de cargo
3003. Alto salário
3004. Tarefas interessantes
3005. Comunicação

31. Em caso negativo, o que o desmotiva?

3101. Desentendimento familiar
3102. Salário baixo
3103. Insegurança no emprego
3104. Falta de habilidade
3105. Falta de comunicação

32. Na sua empresa existe espírito de equipe?

3201. Sim 3202. Não

33. Não havendo espírito de equipe, o que contribui para isso?

3301. Muita competição
3302. Desmotivação das equipes
3303. Falta de relacionamento
3304. Baixa estima
3305. Falta de interesse

34. Em caso de haver relacionamento com a equipe o que contribui?

3401. Comunicação
3402. Interação da equipe
3403. Cooperatividade
3404. Confiança
3405. Alta estima

35. Com relação a sua interação com a equipe, você considera:

3501. Ruim 3503. Bom
3502. Regular 3504. Ótimo

36. Porque a proatividade é uma das competências dos novos tempos?

3601. Dota as pessoas de energia
3602. É necessário lidar com o novo
3603. Influi na motivação
3604. Não significa nada

37. O que é necessário para alcançar objetivos individuais da empresa?

3701. Clima organizacional
3702. Comunicação
3703. Satisfação dos funcionários
3704. Equipe treinada

38. É necessário que integrantes do grupo estejam inseridos com objetivos da organização?

3801. Sim 3802. Não

39. Em caso afirmativo, justifique:

3901. Eficiência na comunicação
3902. Aumento de produtividade
3903. Melhoria no atendimento
3904. Elevação de cargo

40. Como manter a eficiência na empresa?

4001. Aperfeiçoando os conhecimentos
4002. Planejamento adequado
4003. Motivação da equipe
4004. Treinamentos constantes

41. Você tem compromisso com sua empresa?

4101. Sim 4002. Não

42. Caso afirmativo, justifique?

4201. Com o gerente
4202. Com os objetivos a serem atingidos
4203. Com a média de produção
4204. Com a comissão
4205. Gostar do que faz
4206. Outro

43. Caso negativo, qual o motivo?

4301. Má relacionamento com gerente
4302. Não recebe nenhum benefício
4303. Salário não compensa esforço
4304. Não gosta do que faz
4305. Deseja trabalhar outro setor

44. A empresa já traçou objetivos de melhoria?

4401. Sim 4402. Não

45. Caso afirmativo, qual?

4501. Aumento de produção
4502. Relacionamento interno
4503. Aprimorar conhecimentos funcionários
4504. Atendimento de qualidade aos cliente

46. Como são transmitidas as metas a serem alcançadas?

4601. Murais 4603. Por escrita
4602. Reuniões 4604. Pessoalmente

47. Quem transmite as informações?

4701. Funcionários 4702. Gerentes

48. Quando foi traçado o objetivo você entendeu para que serviria a melhoria?

4801. Sim 4803. Ficou em dúvida
4802. Não 4804. Não entendeu

49. Quem se beneficiará com objetivos atingidos?

4901. Você 4903. A empresa
4902. Os clientes 4904. O gerente

50. Que benefício elevaria seu comprometimento com a empresa?

5001. Aumento de salário
5002. Assistência odontológica
5003. Assistência médica
5004. Transferência para outro setor
5005. Elevação de cargo
5006. Melhor relacionamento administradores
5007. Comissão (horas extras)

51. Está satisfeito com comprometimento da empresa com os funcionários?

5101. Sim 5102. Não

52. Caso o afirmativo, justifique

5201. A empresa se preocupa com saúde
5202. Com seus problemas
5203. Incentiva a capacitação profissional
5204. Agradece seu empenho
5205. Salário atualizado
5206. Outro

53. Caso a empresa passe dificuldades financeira, como agiria?

5301. Saiiria da empresa
5302. Incentivaria os demais a saírem
5303. Aguardava até a crise passar
5304. Organizaria uma greve
5305. Faria de tudo para superar a crise
5306. Não saberia o que fazer

54. Quanto tempo ficaria na empresa, se o salário atrasasse meses?

5401. 01 mês 5403. 03 meses
5402. 02 meses 5404. 06 meses

55. Acha importante a participação de todos na empresa?

5501. Sim 5502. Não

56. Caso afirmativo, justifique.

5601. Aumento a produtividade
5602. Eleva o espírito de equipe
5603. Satisfação da gerência
5604. Os clientes percebem a melhoria
5605. Cria o ambiente saudável

57. Caso negativo, justifique.

5701. Não influencia nada
5702. Não se relaciona internamente
5703. Não aumenta a produtividade

58. Você participa das atividades coletivas da empresa?

5801. Sim 5803. Às vezes
5802. Não 5804. Muitas vezes

59. Caso negativo, justifique.

5901. Não gosta de uma pessoa
5902. Não gosta de mais de 02 pessoas
5903. Mau relacionamento com o gerente
5904. Não é pago para isso
5905. Não trabalha em grupo
5906. Outro

60. Dar idéias no trabalho em equipe?

6001. Sim 6003. Às vezes
6002. Não 6004. Muitas vezes

61. Dar ideias para união dos colegas, fora do trabalho?

6101. Sim 6103. Raras vezes
6102. Não 6104. Muitas vezes

62. Caso afirmativo, que ideias?

6201. Festas 6204. Reuniões
6202. Futebol 6205. Churrasco
6203. Passeios 6206. Outros?.....

63. Participa de reuniões sobre as metas da empresa?

6301. Sim 6302. Não

64. Caso afirmativo, justifique.

6401. É importante para o funcionário
6402. É importante para a empresa
6403. Você fica informado
6404. Fica motivado com os desafios
6405. Eleva a sua responsabilidade
6406. Agrada seu gerente

65. Caso negativo, justifique.

6501. Não gosta
6502. Não interessa
6503. Não assume responsabilidade
6504. Não ganha o suficiente
6505. Má relacionamento com o grupo
6506. Outro

66. O que você acha sobre os objetivos que a empresa busca?

6601. Bons 6604. Péssimas
6602. Ruins 6605. Ótimas
6603. Razoáveis 6606. Não sabe

67. Qual a sua remuneração mensal?

6701. 01 Salário mínimo
6702. 02 salários mínimos
6703. 03 até 05 salários mínimos
6704. Acima de 08 salários mínimos

68. Está satisfeito com a remuneração?

6801. Sim 6802. Não

69. Quanto gostaria que aumentasse?

6901. 01 salário mínimo
6902. 02 salários mínimos
6903. Acima de 05 salários mínimos

70. Acha seu trabalho cansativo?

7001. Sim 7003. Às vezes
7002. Não 7004. Depende do trabalho

71. O que sugere para aliviar o cansaço?

7101. Palestras sobre motivação
7102. Intervalos para relaxar
7103. Sala de diversão
7104. Ginástica para descontração

72. Qual a importância de cliente bem atendido?

7201. Nenhuma 7204. É vantajoso
7202. Volta sempre 7205. Atingir os objetivos
7203. É lucrativo 7206. Boa imagem empresa

73. Atendimento rápido satisfaz o cliente?

7301. Sim 7302. Não

74. Como atingir rapidez no atendimento?

7401. Mais tecnologia
7402. Treinamento de capacitação
7403. Motivação
7404. Comprometimento
7405. Melhor remuneração

75. Como você agiria diante de um cliente nervoso?

7501. Tenta acalmá-lo
7502. Perde a calma
7503. Tenta convencê-lo que está errado
7504. Pedir ajuda aos companheiros
7505. Deixa o cliente falando sozinho
7506. Discute com o cliente

76. É treinado para agir nessa situação?

7601. Sim 7602. Não

77. Caso afirmativo quem o treinou?

7701. Gerente 7703. Direção da empresa
7702. Especialista 7704. Empresa do ramo

78. O que achou do treinamento para atender o cliente?

7801. Proveitoso 7803. Bom
7802. Eficiente 7804. Péssimo

79. Para melhorar sua participação, o que deveria mudar na empresa?

- Enumere 03 opções
7901. A rotina do trabalho
7902. Rodízios de cargos
7903. novas técnicas
7904. Novos diretores
7905. Gerentes competentes

80. Quais são seus planos para futuro?

8001. Continuar na empresa
8002. Mudar de cargo
8003. Mudar de empresa
8004. Viajar a serviço
8005. Montar seu próprio negócio

QUESTIONARIO PARA FUNCIONARIOS

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, tem como objetivo mostrar a importância da motivação e do comprometimento para o desenvolvimento das pequenas, médias e grandes empresas. Para que todos os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo este questionário de forma clara e objetiva.

Obs: Não é necessário se identificar. Marque quantas opções julgar necessário a cada questionário;

Favor devolver até: _____/_____/_____

01. Sexo ?

0101. Masculino 0102. Feminino

02. Idade?

0201. Até 19 anos 0203. 31 a 50 anos
0202. 20 a 30 anos 0204. Mais de 50 anos

03 Estado Civil?

0301. Solteiro (a) 0303. Separado (a)
0302. Casado (a) 0304. Viúvo (a)

04. Qual o seu nível de escolaridade?

0401. Ensino Fundamental
0402. Ensino Médio incompleto
0403. Ensino Médio completo
0404. Superior incompleto
0405. Superior completo

05. Possui curso profissionalizante?

0501. Sim 0502. Não

06 Caso afirmativo, qual? MAGISTERIO.....

07. Em que empresa trabalha?

0701. Lojas Lar center
0702. Comercial Brasillojas
0703. Banco da Amazônia S/A

08. Qual a área de atuação? REVENDAS.....

09. Quantos anos trabalha na empresa ?

0901. Menos de 01 ano
0902. De 01 a 02 anos
0903. Acima de 02 anos

10. Porque trabalha nessa empresa?

1001. Salário
1002. Os benefícios
1003. Perspectiva de estabilidade
1004. Qualificação profissional

11. O que recebe de motivação pelo desempenho de suas tarefas ?

1101. Elogios 1103. Não percebe
1102. Prêmio 1104. Outro

12. É comprometido com a empresa?

1201. Sim 1202. Não

13. Em caso afirmativo, justifique.

1301. Reconhecimento pelo desempenho
1302. Valorização pelo bom profissional
1303. Promoções
1304. Salários satisfatórios

14. Em caso negativo, justifique.

1401. Falta de reconhecimento
1402. Salário não compensa
1403. Falta de apoio da administração
1404. Competição exarcebada

15. Os chefes são qualificados para coordenar pessoas?

1501. Sim 1502. Não

16. Caso negativo, porque? Enumere-os

1601. Não é criativo
1602. Não tem sinergia
1603. Não participa da missão da empresa
1604. Não desenvolve trabalho em grupo
1605. Não é conhecedor da função

17. Você é capaz de dirigir pessoas?

1701. Sim 0702. Não

18. Caso afirmativo, como? Enumere-os.

1801. Sabe transmitir informações
1802. Sabe envolver pessoas
1804. É bem humorado
1805. Sabe ouvir
1806. É dinâmico

19. Você motiva seus subordinados?

1901. Sim 1902. Não

20. Em caso afirmativo, como?

2001. Aceitando idéias
2002. Elogiando seus subordinados
2003. Avaliando seus desempenhos
2004. Sugerindo soluções aos problemas
2005. Estimulando o trabalho em equipe

21. Em caso negativo, porque? Enumere-os

2101. Não cria oportunidade
2102. Não agradece os colaboradores
2103. Não oferece liberdade de ação
2104. Não elogia os funcionários

22. Sua empresa é informatizada?

2201. Sim 2202. Não

23. Quais as vantagens da informatização?

2301. Agilidade no atendimento
2302. Velocidade de informações
2303. Redução de custos
2304. Controle de produção

24. Você tem acesso a internet ?

2401. Sim 2402. Não

25. Caso afirmativo qual o provedor?.....

26. O que representa informática na empresa?

2601. Essencial no controle de qualidade
2602. Excelente para o atendimento
2603. Grande facilitadora de comunicação
2604. Essencial na obtenção de resultados

27. Considera a motivação importante no desempenho da empresa?

2701. Sim 2702. Não

28. Em caso afirmativo, justifique.

2801. Aumenta a produtividade
2802. Melhora a qualidade no atendimento
2803. Aperfeiçoa os processos de trabalho
2804. Interação na estrutura funcional

29. Em caso negativo, o que justifica?

2901. Falta de incentivo
2902. Falta de segurança
2903. Instabilidade no emprego
2904. Baixo salário

30. Você se sente motivado, com:

3001. Bem estar social
3002. Ascensão de cargo
3003. Alto salário
3004. Tarefas interessantes
3005. Comunicação

31. Em caso negativo, o que o desmotiva?

3101. Desentendimento familiar
3102. Salário baixo
3103. Insegurança no emprego
3104. Falta de habilidade
3105. Falta de comunicação

32. Na sua empresa existe espírito de equipe?

3201. Sim 3202. Não

33. Não havendo espírito de equipe, o que contribui para isso?

3301. Muita competição
3302. Desmotivação das equipes
3303. Falta de relacionamento
3304. Baixa estima
3305. Falta de interesse

34. Em caso de haver relacionamento com a equipe o que contribui?

3401. Comunicação
3402. Interação da equipe
3403. Cooperatividade
3404. Confiança
3405. Auto estima

35. Com relação a sua interação com a equipe, você considera:

3501. Bom 3503. Regular
3502. Ruim 3504. Ótimo

36. Porque a proatividade é uma das competências dos novos tempos?

3601. Dota as pessoas de energia
3602. É necessário lidar com o novo
3603. Influi na motivação
3604. Não significa nada

37. O que é necessário para alcançar objetivos individuais da empresa?

3701. Clima organizacional
3702. Comunicação
3703. Satisfação dos funcionários
3704. Equipe treinada

38. É necessário que integrantes do grupo estejam inseridos com os objetivos da organização?

3801. Sim 3802. Não

39. Em caso afirmativo, justifique.

3901. Eficiência na comunicação
3902. Aumento de produtividade
3903. Melhoria no atendimento
3904. Elevação de cargo

40. Como manter a eficiência na empresa?

4001. Aperfeiçoando os conhecimentos
4002. Planejamento adequado
4003. Motivação da equipe
4004. Treinamentos constantes

41. Você tem compromisso com sua empresa?

4101. Sim 4002. Não

42. Caso afirmativo, justifique.

- 4201. Com o gerente
- 4202. Com os objetivos a serem atingidos
- 4203. Com a média de produção
- 4204. Com a comissão
- 4205. Gosta do que faz
- 4206. Outro

43. Caso negativo, qual o motivo?

- 4301. Mau relacionamento com gerente
- 4302. Não recebe nenhum benefício
- 4303. Salário não compensa esforço
- 4304. Não gosta do que faz
- 4305. Deseja trabalhar em outro setor

44. A empresa já traçou objetivos de melhoria?

- 4401. Sim
- 4402. Não

45. Caso afirmativo, qual?

- 4501. Aumento de produção
- 4502. Relacionamento interno
- 4503. Aprimorar conhecimentos funcionários
- 4504. Atendimento de qualidade aos cliente

46. Como são transmitidas as metas a serem alcançadas?

- 4601. Murais
- 4602. Reuniões
- 4603. Por escrita
- 4604. Pessoalmente

47. Quem transmite as informações?

- 4701. Funcionários
- 4702. Gerentes

48. Quando foi traçado o objetivo você entendeu para que serviria a melhoria?

- 4801. Sim
- 4802. Não
- 4803. Ficou em dúvida
- 4804. Não entendeu

49. Quem se beneficiará c/ objetivos atingidos?

- 4901. Você
- 4902. Os clientes
- 4903. A empresa
- 4904. O gerente

50. Que benefício elevaria seu comprometimento com a empresa?

- 5001. Aumento de salário
- 5002. Assistência odontológica
- 5003. Assistência médica
- 5004. Transferência para outro setor
- 5005. Elevação de cargo
- 5006. Bom relacionamento c/ administradores
- 5007. Comissão (horas extras)

51. Está satisfeito com o comprometimento da empresa com os funcionários?

- 5101. Sim
- 5102. Não

52. Caso o afirmativo, justifique.

- 5201. A empresa se preocupa com saúde
- 5202. Com seus problemas
- 5203. Incentiva a capacitação profissional
- 5204. Agradece seu empenho
- 5205. Salário atualizado
- 5206. Outro

53. Caso a empresa passe dificuldades financeira, como agiria?

- 5301. Sairia da empresa
- 5302. Incentivaria os demais a saírem
- 5303. Aguardava até a crise passar
- 5304. Organizaria uma greve
- 5305. Faria de tudo para superar a crise
- 5306. Não saberia o que fazer

54. Quanto tempo ficaria na empresa, se o salário atrasasse meses?

- 5401. 01 mês
- 5402. 02 meses
- 5403. 03 meses
- 5404. 06 meses

55. Acha importante a participação de todos na empresa?

- 5501. Sim
- 5502. Não

56. Caso afirmativo, justifique.

- 5601. Aumento de produtividade
- 5602. Eleva o espírito de equipe
- 5603. Satisfação da gerência
- 5604. Os clientes percebem a melhoria
- 5605. Cria um ambiente saudável

57. Caso negativo, justique.

- 5701. Não influencia em nada
- 5702. Não se relaciona internamente
- 5703. Não aumenta a produtividade

58. Você participa das atividades coletivas da empresa?

- 5801. Sim
- 5802. Não
- 5803. Às vezes
- 5804. Muitas vezes

59. Caso negativo, justifique.

- 5901. Não gosta de uma pessoa
- 5902. Não gosta de mais de 02 pessoas
- 5903. Mau relacionamento com o gerente
- 5904. Não é pago para isso
- 5905. Não trabalha em grupo
- 5906. Outro

60. Dá idéias no trabalho em equipe?

- 6001. Sim
- 6002. Não
- 6003. Às vezes
- 6004. Muitas vezes

61. Dá idéias para união dos colegas, fora do trabalho?

- 6101. Sim
- 6102. Não
- 6103. Raras vezes
- 6104. Muitas vezes

62. Caso afirmativo, que idéias?

- 6201. Festas
- 6202. Futebol
- 6203. Passeios
- 6204. Reuniões
- 6205. Churrasco
- 6206. Outros?.....

63. Participa de reuniões sobre as metas da empresa?

- 6301. Sim
- 6302. Não

64. Caso afirmativo, justifique.

- 6401. É importante para o funcionário
- 6402. É importante para a empresa
- 6403. Você fica informado
- 6404. Fica motivado com os desafios
- 6405. Eleva a sua responsabilidade
- 6406. Agrada seu gerente

65. Caso negativo, justifique.

- 6501. Não gosta
- 6502. Não se interessa
- 6503. Não assume responsabilidade
- 6504. Não ganha o suficiente
- 6505. Mau relacionamento com o grupo
- 6506. Outro

66. O que você acha sobre os objetivos que a empresa busca?

- 6601. Bom
- 6602. Regular
- 6603. Ruim
- 6604. Não dá atenção
- 6605. Ótimo
- 6606. Não sabe

67. Qual a sua remuneração mensal?

- 6701. 01 Salário mínimo
- 6702. 02 salários mínimo
- 6703. 03 até 05 salários mínimo
- 6704. Acima de 08 salários mínimo

68. Está satisfeito com a remuneração?

- 6801. Sim
- 6802. Não

69. Quanto gostaria que aumentasse?

- 6901. 01 salário mínimo
- 6902. 02 salários mínimo
- 6903. Acima de 05 salários mínimo

70. Acha seu trabalho cansativo?

- 7001. Sim
- 7002. Não
- 7003. Às vezes
- 7004. Depende do trabalho

71. O que sugere para aliviar o cansaço?

- 7101. Palestras sobre motivação
- 7102. Intervalos para relaxar
- 7103. Sala de diversão
- 7104. Ginástica para descontração

72. Qual a importância do cliente bem atendido?

- 7201. Nenhuma
- 7202. Volta sempre
- 7203. É lucrativo
- 7204. É vantajoso
- 7205. Atingir os objetivos
- 7206. Boa imagem da empresa

73. Atendimento rápido satisfaz o cliente?

- 7301. Sim
- 7302. Não

74. Como atingir rapidez no atendimento?

- 7401. Tecnologia avançada
- 7402. Treinamento de capacitação
- 7403. Motivação
- 7404. Comprometimento
- 7405. Melhor remuneração

75. Como você agiria diante de um cliente nervoso?

- 7501. Tenta acalmá-lo
- 7502. Perde a calma
- 7503. Tenta convencê-lo que está errado
- 7504. Pedir ajuda aos companheiros
- 7505. Deixa o cliente falando sozinho
- 7506. Discute com o cliente

76. É treinado para agir nessa situação?

- 7601. Sim
- 7602. Não

77. Caso afirmativo, quem o treinou?

- 7701. Gerente
- 7702. Especialista
- 7703. Direção da empresa
- 7704. Empresa do ramo

78. O que achou do treinamento para atender o cliente?

- 7801. Proveitoso
- 7802. Eficiente
- 7803. Bom
- 7804. Péssimo

79. Para melhorar sua participação, o que deveria mudar na empresa? Enumere 03 opções

- 7901. A rotina do trabalho
- 7902. Rodízios de cargos
- 7903. Novas técnicas
- 7904. Novos dirigentes
- 7905. Gerentes competentes

80. Quais são seus planos para futuro?

- 8001. Continuar na empresa
- 8002. Mudar de cargo
- 8003. Mudar de empresa
- 8004. Viajar a serviço
- 8005. Montar seu próprio negócio

QUESTIONARIO PARA FUNCIONARIOS

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, tem como objetivo mostrar a importância da motivação e do comprometimento para o desenvolvimento das pequenas, médias e grandes empresas. Para que todos os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo este questionário de forma clara e objetiva.

Obs: Não é necessário se identificar. Marque quantas opções julgar necessário a cada questionário;

Favor devolver até: _____/_____/_____

01. Sexo ?
0101. Masculino 0102. Feminino
02. Idade?
0201. Até 19 anos 0203. 31 a 50 anos
0202. 20 a 30 anos 0204. Mais de 50 anos
- 03 Estado Civil?
0301. Solteiro (a) 0303. Separado (a)
0302. Casado (a) 0304. Viúvo (a)
04. Qual o seu nível de escolaridade?
0401. Ensino Fundamental
0402. Ensino Médio incompleto
0403. Ensino Médio completo
0404. Superior incompleto
0405. Superior completo
05. Possui curso profissionalizante?
0501. Sim 0502. Não
- 06 Caso afirmativo, qual?.....
07. Em que empresa trabalha?
0701. Lojas Lar center
0702. Comercial Brasillojas
0703. Banco da Amazônia S/A
08. Qual a área de atuação? *ESCRITÓRIO*
09. Quantos anos trabalha na empresa ?
0901. Menos de 01 ano
0902. De 01 a 02 anos
0903. Acima de 02 anos
10. Porque trabalha nessa empresa?
1001. Salário
1002. Os benefícios
1003. Perspectiva de estabilidade
1004. Qualificação profissional
11. O que recebe de motivação pelo desempenho de suas tarefas ?
1101. Elogios 1103. Não percebe
1102. Prêmio 1104. Outro
12. É comprometido com a empresa?
1201. Sim 1202. Não
13. Em caso afirmativo, justifique.
1301. Reconhecimento pelo desempenho
1302. Valorização pelo bom profissional
1303. Promoções
1304. Salários satisfatórios
14. Em caso negativo, justifique.
1401. Falta de reconhecimento
1402. Salário não compensa
1403. Falta de apoio da administração
1404. Competição exarcebada
15. Os chefes são qualificados para coordenar pessoas?
1501. Sim 1502. Não
16. Caso negativo, porque? Enumere-os
1601. Não é criativo
1602. Não tem sinergia
1603. Não participa da missão da empresa
1604. Não desenvolve trabalho em grupo
1605. Não é conhecedor da função
17. Você é capaz de dirigir pessoas?
1701. Sim 0702. Não
18. Caso afirmativo, como? Enumere-os.
1801. Sabe transmitir informações
1802. Sabe envolver pessoas
1804. É bem humorado
1805. Sabe ouvir
1806. É dinâmico
19. Você motiva seus subordinados?
1901. Sim 1902. Não
20. Em caso afirmativo, como?
2001. Aceitando idéias
2002. Elogiando seus subordinados
2003. Avaliando seus desempenhos
2004. Sugerindo soluções aos problemas
2005. Estimulando o trabalho em equipe
21. Em caso negativo, porque? Enumere-os
2101. Não cria oportunidade
2102. Não agradece os colaboradores
2103. Não oferece liberdade de ação
2104. Não elogia os funcionários
22. Sua empresa é informatizada?
2201. Sim 2202. Não
23. Quais as vantagens da informatização?
2301. Agilidade no atendimento
2302. Velocidade de informações
2303. Redução de custos
2304. Controle de produção
24. Você tem acesso a internet ?
2401. Sim 2402. Não
25. Caso afirmativo qual o provedor?.....
26. O que representa informática na empresa?
2601. Essencial no controle de qualidade
2602. Excelente para o atendimento
2603. Grande facilitadora de comunicação
2604. Essencial na obtenção de resultados
27. Considera a motivação importante no desempenho da empresa?
2701. Sim 2702. Não
28. Em caso afirmativo, justifique.
2801. Aumenta a produtividade
2802. Melhora a qualidade no atendimento
2803. Aperfeiçoa os processos de trabalho
2804. Interação na estrutura funcional
29. Em caso negativo, o que justifica?
2901. Falta de incentivo
2902. Falta de segurança
2903. Instabilidade no emprego
2904. Baixo salário
30. Você se sente motivado, com:
3001. Bem estar social
3002. Ascensão de cargo
3003. Alto salário
3004. Tarefas interessantes
3005. Comunicação
31. Em caso negativo, o que o desmotiva?
3101. Desentendimento familiar
3102. Salário baixo
3103. Insegurança no emprego
3104. Falta de habilidade
3105. Falta de comunicação
32. Na sua empresa existe espírito de equipe?
3201. Sim 3202. Não
33. Não havendo espírito de equipe, o que contribui para isso?
3301. Muita competição
3302. Desmotivação das equipes
3303. Falta de relacionamento
3304. Baixa estima
3305. Falta de interesse
34. Em caso de haver relacionamento com a equipe o que contribui?
3401. Comunicação
3402. Interação da equipe
3403. Cooperatividade
3404. Confiança
3405. Auto estima
35. Com relação a sua interação com a equipe, você considera:
3501. Bom 3503. Regular
3502. Ruim 3504. Ótimo
36. Porque a proatividade é uma das competências dos novos tempos?
3601. Dota as pessoas de energia
3602. É necessário lidar com o novo
3603. Influi na motivação
3604. Não significa nada
37. O que é necessário para alcançar objetivos individuais da empresa?
3701. Clima organizacional
3702. Comunicação
3703. Satisfação dos funcionários
3704. Equipe treinada
38. É necessário que integrantes do grupo estejam inseridos com os objetivos da organização?
3801. Sim 3802. Não
39. Em caso afirmativo, justifique.
3901. Eficiência na comunicação
3902. Aumento de produtividade
3903. Melhoria no atendimento
3904. Elevação de cargo
40. Como manter a eficiência na empresa?
4001. Aperfeiçoando os conhecimentos
4002. Planejamento adequado
4003. Motivação da equipe
4004. Treinamentos constantes
41. Você tem compromisso com sua empresa?
4101. Sim 4002. Não

42. Caso afirmativo, justifique.

4201. Com o gerente
4202. Com os objetivos a serem atingidos
4203. Com a média de produção
4204. Com a comissão
4205. Gosta do que faz
4206. Outro

43. Caso negativo, qual o motivo?

4301. Mau relacionamento com gerente
4302. Não recebe nenhum benefício
4303. Salário não compensa esforço
4304. Não gosta do que faz
4305. Deseja trabalhar em outro setor

44. A empresa já traçou objetivos de melhoria?

4401. Sim 4402. Não

45. Caso afirmativo, qual?

4501. Aumento de produção
4502. Relacionamento interno
4503. Aprimorar conhecimentos funcionários
4504. Atendimento de qualidade aos cliente

46. Como são transmitidas as metas a serem alcançadas?

4601. Murais 4603. Por escrita
4602. Reuniões 4604. Pessoalmente

47. Quem transmite as informações?

4701. Funcionários 4702. Gerentes

48. Quando foi traçado o objetivo você entendeu para que serviria a melhoria?

4801. Sim 4803. Ficou em dúvida
4802. Não 4804. Não entendeu

49. Quem se beneficiará c/ objetivos atingidos?

4901. Você 4903. A empresa
4902. Os clientes 4904. O gerente

50. Que benefício elevaria seu comprometimento com a empresa?

5001. Aumento de salário
5002. Assistência odontológica
5003. Assistência médica
5004. Transferência para outro setor
5005. Elevação de cargo
5006. Bom relacionamento c/ administradores
5007. Comissão (horas extras)

51. Está satisfeito com o comprometimento da empresa com os funcionários?

5101. Sim 5102. Não

52. Caso o afirmativo, justifique.

5201. A empresa se preocupa com saúde
5202. Com seus problemas
5203. Incentiva a capacitação profissional
5204. Agradece seu empenho
5205. Salário atualizado
5206. Outro

53. Caso a empresa passe dificuldades financeira, como agiria?

5301. Sairia da empresa
5302. Incentivaria os demais a saírem
5303. Aguardava até a crise passar
5304. Organizaria uma greve
5305. Faria de tudo para superar a crise
5306. Não saberia o que fazer

54. Quanto tempo ficaria na empresa, se o salário atrasasse meses?

5401. 01 mês 5403. 03 meses
5402. 02 meses 5404. 06 meses

55. Acha importante a participação de todos na empresa?

5501. Sim 5502. Não

56. Caso afirmativo, justifique.

5601. Aumento de produtividade
5602. Eleva o espírito de equipe
5603. Satisfação da gerência
5604. Os clientes percebem a melhoria
5605. Cria um ambiente saudável

57. Caso negativo, justifique.

5701. Não influencia em nada
5702. Não se relaciona internamente
5703. Não aumenta a produtividade

58. Você participa das atividades coletivas da empresa?

5801. Sim 5803. Às vezes
5802. Não 5804. Muitas vezes

59. Caso negativo, justifique.

5901. Não gosta de uma pessoa
5902. Não gosta de mais de 02 pessoas
5903. Mau relacionamento com o gerente
5904. Não é pago para isso
5905. Não trabalha em grupo
5906. Outro

60. Dá idéias no trabalho em equipe?

6001. Sim 6003. Às vezes
6002. Não 6004. Muitas vezes

61. Dá idéias para união dos colegas, fora do trabalho?

6101. Sim 6103. Raras vezes
6102. Não 6104. Muitas vezes

62. Caso afirmativo, que idéias?

6201. Festas 6204. Reuniões
6202. Futebol 6205. Churrasco
6203. Passeios 6206. Outros?.....

63. Participa de reuniões sobre as metas da empresa?

6301. Sim 6302. Não

64. Caso afirmativo, justifique.

6401. É importante para o funcionário
6402. É importante para a empresa
6403. Você fica informado
6404. Fica motivado com os desafios
6405. Eleva a sua responsabilidade
6406. Agrada seu gerente

65. Caso negativo, justifique.

6501. Não gosta
6502. Não se interessa
6503. Não assume responsabilidade
6504. Não ganha o suficiente
6505. Mau relacionamento com o grupo
6506. Outro

66. O que você acha sobre os objetivos que a empresa busca?

6601. Bom 6604. Não dá atenção
6602. Regular 6605. Ótimo
6603. Ruim 6606. Não sabe

67. Qual a sua remuneração mensal?

6701. 01 Salário mínimo
6702. 02 salários mínimo
6703. 03 até 05 salários mínimo
6704. Acima de 08 salários mínimo

68. Está satisfeito com a remuneração?

6801. Sim 6802. Não

69. Quanto gostaria que aumentasse?

6901. 01 salário mínimo
6902. 02 salários mínimo
6903. Acima de 05 salários mínimo

70. Acha seu trabalho cansativo?

7001. Sim 7003. Às vezes
7002. Não 7004. Depende do trabalho

71. O que sugere para aliviar o cansaço?

7101. Palestras sobre motivação
7102. Intervalos para relaxar
7103. Sala de diversão
7104. Ginástica para descontração

72. Qual a importância do cliente bem atendido?

7201. Nenhuma 7204. É vantajoso
7202. Volta sempre 7205. Atingir os objetivos
7203. É lucrativo 7206. Boa imagem da empresa

73. Atendimento rápido satisfaz o cliente?

7301. Sim 7302. Não

74. Como atingir rapidez no atendimento?

7401. Tecnologia avançada
7402. Treinamento de capacitação
7403. Motivação
7404. Comprometimento
7405. Melhor remuneração

75. Como você agiria diante de um cliente nervoso?

7501. Tenta acalmá-lo
7502. Perde a calma
7503. Tenta convencê-lo que está errado
7504. Pede ajuda aos companheiros
7505. Deixa o cliente falando sozinho
7506. Discute com o cliente

76. É treinado para agir nessa situação?

7601. Sim 7602. Não

77. Caso afirmativo, quem o treinou?

7701. Gerente 7703. Direção da empresa
7702. Especialista 7704. Empresa do ramo

78. O que achou do treinamento para atender o cliente?

7801. Proveitoso 7803. Bom
7802. Eficiente 7804. Píssimo

79. Para melhorar sua participação, o que deveria mudar na empresa?

Enumere 03 opções

7901. A rotina do trabalho
7902. Rodízios de cargos
7903. Novas técnicas
7904. Novos dirigentes
7905. Gerentes competentes

80. Quais são seus planos para futuro?

8001. Continuar na empresa
8002. Mudar de cargo
8003. Mudar de empresa
8004. Viajar a serviço
8005. Montar seu próprio negócio

QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONARIOS

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, tem como objetivo mostrar a importância da motivação e do comprometimento para o desenvolvimento das pequenas, médias e grandes empresas. Para que todos os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo este questionário de forma clara e objetiva.

Obs: Não é necessário se identificar. Marque quantas opções julgar necessário a cada questionário;

Favor devolver até: ____/____/____

01. Sexo ?

0101. Masculino 0102. Feminino

02. Idade?

0201. Até 19 anos 0203. 31 a 50 anos
0202. 20 a 30 anos 0204. Mais de 50 anos

03 Estado Civil?

0301. Solteiro (a) 0303. Separado (a)
0302. Casado (a) 0304. Viúvo (a)

04. Qual o seu nível de escolaridade?

0401. Ensino Fundamental
0402. Ensino Médio incompleto
0403. Ensino Médio completo
0404. Superior incompleto
0405. Superior completo

05. Possui curso profissionalizante?

0501. Sim 0502. Não

06 Caso afirmativo, qual?.....

07. Em que empresa trabalha?

0701. Lojas Lar center
0702. Comercial Brasillojas
0703. Banco da Amazônia S/A

08. Qual a área de atuação? *Contabilidade*

09. Quantos anos trabalha na empresa ?

0901. Menos de 01 ano
0902. De 01 a 02 anos
0903. Acima de 02 anos

10. Porque trabalha nessa empresa?

1001. Salário
1002. Os benefícios
1003. Perspectiva de estabilidade
1004. Qualificação profissional

11. O que recebe de motivação pelo desempenho de suas tarefas ?

1101. Elogios 1103. Não percebe
1102. Prêmio 1104. Outro

12. É comprometido com a empresa?

1201. Sim 1202. Não

13. Em caso afirmativo, justifique.

1301. Reconhecimento pelo desempenho
1302. Valorização pelo bom profissional
1303. Promoções
1304. Salários satisfatórios

14. Em caso negativo, justifique.

1401. Falta de reconhecimento
1402. Salário não compensa
1403. Falta de apoio da administração
1404. Competição exacerbada

15. Os chefes são qualificados para coordenar pessoas?

1501. Sim 1502. Não

16. Caso negativo, porque? Enumere-os

1601. Não é criativo
1602. Não tem sinergia
1603. Não participa da missão da empresa
1604. Não desenvolve trabalho em grupo
1605. Não é conhecedor da função

17. Você é capaz de dirigir pessoas?

1701. Sim 0702. Não

18. Caso afirmativo, como? Enumere-os.

1801. Sabe transmitir informações
1802. Sabe envolver pessoas
1804. É bem humorado
1805. Sabe ouvir
1806. É dinâmico

19. Você motiva seus subordinados?

1901. Sim 1902. Não

20. Em caso afirmativo, como?

2001. Aceitando idéias
2002. Elogiando seus subordinados
2003. Avaliando seus desempenhos
2004. Sugerindo soluções aos problemas
2005. Estimulando o trabalho em equipe

21. Em caso negativo, porque? Enumere-os

2101. Não cria oportunidade
2102. Não agradece os colaboradores
2103. Não oferece liberdade de ação
2104. Não elogia os funcionários

22. Sua empresa é informatizada?

2201. Sim 2202. Não

23. Quais as vantagens da informatização?

2301. Agilidade no atendimento
2302. Velocidade de informações
2303. Redução de custos
2304. Controle de produção

24. Você tem acesso a internet ?

2401. Sim 2402. Não

25. Caso afirmativo qual o provedor?.....

26. O que representa informática na empresa?

2601. Essencial no controle de qualidade
2602. Excelente para o atendimento
2603. Grande facilitadora de comunicação
2604. Essencial na obtenção de resultados

27. Considera a motivação importante no desempenho da empresa?

2701. Sim 2702. Não

28. Em caso afirmativo, justifique.

2801. Aumenta a produtividade
2802. Melhora a qualidade no atendimento
2803. Aperfeiçoa os processos de trabalho
2804. Interação na estrutura funcional

29. Em caso negativo, o que justifica?

2901. Falta de incentivo
2902. Falta de segurança
2903. Instabilidade no emprego
2904. Baixo salário

30. Você se sente motivado, com:

3001. Bem estar social
3002. Ascensão de cargo
3003. Alto salário
3004. Tarefas interessantes
3005. Comunicação

31. Em caso negativo, o que o desmotiva?

3101. Desentendimento familiar
3102. Salário baixo
3103. Insegurança no emprego
3104. Falta de habilidade
3105. Falta de comunicação

32. Na sua empresa existe espírito de equipe?

3201. Sim 3202. Não

33. Não havendo espírito de equipe, o que contribui para isso?

3301. Muita competição
3302. Desmotivação das equipes
3303. Falta de relacionamento
3304. Baixa estima
3305. Falta de interesse

34. Em caso de haver relacionamento com a equipe o que contribui?

3401. Comunicação
3402. Interação da equipe
3403. Cooperatividade
3404. Confiança
3405. Auto estima

35. Com relação a sua interação com a equipe, você considera:

3501. Bom 3503. Regular
3502. Ruim 3504. Ótimo

36. Porque a proatividade é uma das competências dos novos tempos?

3601. Dota as pessoas de energia
3602. É necessário lidar com o novo
3603. Influi na motivação
3604. Não significa nada

37. O que é necessário para alcançar objetivos individuais da empresa?

3701. Clima organizacional
3702. Comunicação
3703. Satisfação dos funcionários
3704. Equipe treinada

38. É necessário que integrantes do grupo estejam inseridos com os objetivos da organização?

3801. Sim 3802. Não

39. Em caso afirmativo, justifique.

3901. Eficiência na comunicação
3902. Aumento de produtividade
3903. Melhoria no atendimento
3904. Elevação de cargo

40. Como manter a eficiência na empresa?

4001. Aperfeiçoando os conhecimentos
4002. Planejamento adequado
4003. Motivação da equipe
4004. Treinamentos constantes

41. Você tem compromisso com sua empresa?

4101. Sim 4002. Não

42. Caso afirmativo, justifique.

4201. Com o gerente
4202. Com os objetivos a serem atingidos
4203. Com a média de produção
4204. Com a comissão
4205. Gosta do que faz
4206. Outro

43. Caso negativo, qual o motivo?

4301. Mau relacionamento com gerente
4302. Não recebe nenhum benefício
4303. Salário não compensa esforço
4304. Não gosta do que faz
4305. Deseja trabalhar em outro setor

44. A empresa já traçou objetivos de melhoria?

4401. Sim 4402. Não

45. Caso afirmativo, qual?

4501. Aumento de produção
4502. Relacionamento interno
4503. Aprimorar conhecimentos funcionários
4504. Atendimento de qualidade aos cliente

46. Como são transmitidas as metas a serem alcançadas?

4601. Murais 4603. Por escrita
4602. Reuniões 4604. Pessoalmente

47. Quem transmite as informações?

4701. Funcionários 4702. Gerentes

48. Quando foi traçado o objetivo você entendeu para que serviria a melhoria?

4801. Sim 4803. Ficou em dúvida
4802. Não 4804. Não entendeu

49. Quem se beneficiará c/ objetivos atingidos?

4901. Você 4903. A empresa
4902. Os clientes 4904. O gerente

50. Que benefício elevaria seu comprometimento com a empresa?

5001. Aumento de salário
5002. Assistência odontológica
5003. Assistência médica
5004. Transferência para outro setor
5005. Elevação de cargo
5006. Bom relacionamento c/ administradores
5007. Comissão (horas extras)

51. Está satisfeito com o comprometimento da empresa com os funcionários?

5101. Sim 5102. Não

52. Caso o afirmativo, justifique.

5201. A empresa se preocupa com saúde
5202. Com seus problemas
5203. Incentiva a capacitação profissional
5204. Agradece seu empenho
5205. Salário atualizado
5206. Outro

53. Caso a empresa passe dificuldades financeira, como agiria?

5301. Sairia da empresa
5302. Incentivaria os demais a saírem
5303. Aguardava até a crise passar
5304. Organizaria uma greve
5305. Faria de tudo para superar a crise
5306. Não saberia o que fazer

54. Quanto tempo ficaria na empresa, se o salário atrasasse meses?

5401. 01 mês 5403. 03 meses
5402. 02 meses 5404. 06 meses

55. Acha importante a participação de todos na empresa?

5501. Sim 5502. Não

56. Caso afirmativo, justifique.

5601. Aumento de produtividade
5602. Eleva o espírito de equipe
5603. Satisfação da gerência
5604. Os clientes percebem a melhoria
5605. Cria um ambiente saudável

57. Caso negativo, justifique.

5701. Não influencia em nada
5702. Não se relaciona internamente
5703. Não aumenta a produtividade

58. Você participa das atividades coletivas da empresa?

5801. Sim 5803. Às vezes
5802. Não 5804. Muitas vezes

59. Caso negativo, justifique.

5901. Não gosta de uma pessoa
5902. Não gosta de mais de 02 pessoas
5903. Mau relacionamento com o gerente
5904. Não é pago para isso
5905. Não trabalha em grupo
5906. Outro

60. Dá idéias no trabalho em equipe?

6001. Sim 6003. Às vezes
6002. Não 6004. Muitas vezes

61. Dá idéias para união dos colegas, fora do trabalho?

6101. Sim 6103. Raras vezes
6102. Não 6104. Muitas vezes

62. Caso afirmativo, que idéias?

6201. Festas 6204. Reuniões
6202. Futebol 6205. Churrasco
6203. Passeios 6206. Outros?.....

63. Participa de reuniões sobre as metas da empresa?

6301. Sim 6302. Não

64. Caso afirmativo, justifique.

6401. É importante para o funcionário
6402. É importante para a empresa
6403. Você fica informado
6404. Fica motivado com os desafios
6405. Eleva a sua responsabilidade
6406. Agrada seu gerente

65. Caso negativo, justifique.

6501. Não gosta
6502. Não se interessa
6503. Não assume responsabilidade
6504. Não ganha o suficiente
6505. Mau relacionamento com o grupo
6506. Outro

66. O que você acha sobre os objetivos que a empresa busca?

6601. Bom 6604. Não dá atenção
6602. Regular 6605. Ótimo
6603. Ruim 6606. Não sabe

67. Qual a sua remuneração mensal?

6701. 01 Salário mínimo
6702. 02 salários mínimo
6703. 03 até 05 salários mínimo
6704. Acima de 08 salários mínimo

68. Está satisfeito com a remuneração?

6801. Sim 6802. Não

69. Quanto gostaria que aumentasse?

6901. 01 salário mínimo
6902. 02 salários mínimo
6903. Acima de 05 salários mínimo

70. Acha seu trabalho cansativo?

7001. Sim 7003. Às vezes
7002. Não 7004. Depende do trabalho

71. O que sugere para aliviar o cansaço?

7101. Palestras sobre motivação
7102. Intervalos para relaxar
7103. Sala de diversão
7104. Ginástica para descontração

72. Qual a importância do cliente bem atendido?

7201. Nenhuma 7204. É vantajoso
7202. Volta sempre 7205. Atingir os objetivos
7203. É lucrativo 7206. Boa imagem da empresa

73. Atendimento rápido satisfaz o cliente?

7301. Sim 7302. Não

74. Como atingir rapidez no atendimento?

7401. Tecnologia avançada
7402. Treinamento de capacitação
7403. Motivação
7404. Comprometimento
7405. Melhor remuneração

75. Como você agiria diante de um cliente nervoso?

7501. Tenta acalmá-lo
7502. Perde a calma
7503. Tenta convencê-lo que está errado
7504. Pedir ajuda aos companheiros
7505. Deixa o cliente falando sozinho
7506. Discute com o cliente

76. É treinado para agir nessa situação?

7601. Sim 7602. Não

77. Caso afirmativo, quem o treinou?

7701. Gerente 7703. Direção da empresa
7702. Especialista 7704. Empresa do ramo

78. O que achou do treinamento para atender o cliente?

7801. Proveitoso 7803. Bom
7802. Eficiente 7804. Píssimo

79. Para melhorar sua participação, o que deveria mudar na empresa? Enumere 03 opções

7901. A rotina do trabalho
7902. Rodízios de cargos
7903. Novas técnicas
7904. Novos dirigentes
7905. Gerentes competentes

80. Quais são seus planos para futuro?

8001. Continuar na empresa
8002. Mudar de cargo
8003. Mudar de empresa
8004. Viajar a serviço
8005. Montar seu próprio negócio

QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONÁRIOS

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, tem como objetivo mostrar a importância da motivação e do comprometimento para o desenvolvimento das pequenas, médias e grandes empresas. Para que todos os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo este questionário de forma clara e objetiva.

Obs: Não é necessário se identificar. Marque quantas opções julgar necessário a cada questionário;

Favor devolver até: ____/____/____

- 01. Sexo ?**
 0101. Masculino 0102. Feminino
- 02. Idade?**
 0201. Até 19 anos 0203. 31 a 50 anos
 0202. 20 a 30 anos 0204. Mais de 50 anos
- 03 Estado Civil?**
 0301. Solteiro (a) 0303. Separado (a)
 0302. Casado (a) 0304. Viúvo (a)
- 04. Qual o seu nível de escolaridade?**
 0401. Ensino Fundamental
 0402. Ensino Médio incompleto
 0403. Ensino Médio completo
 0404. Superior incompleto
 0405. Superior completo
- 05. Possui curso profissionalizante?**
 0501. Sim 0502. Não
- 06 Caso afirmativo, qual? *de informática***
- 07. Em que empresa trabalha?**
 0701. Lojas Lar center
 0702. Comercial Brasillojas
 0703. Banco da Amazônia S/A
- 08. Qual a área de atuação? *de informática***
- 09. Quantos anos trabalha na empresa ?**
 0901. Menos de 01 ano
 0902. De 01 a 02 anos
 0903. Acima de 02 anos
- 10. Porque trabalha nessa empresa?**
 1001. Salário
 1002. Os benefícios
 1003. Perspectiva de estabilidade
 1004. Qualificação profissional
- 11. O que recebe de motivação pelo desempenho de suas tarefas ?**
 1101. Elogios 1103. Não percebe
 1102. Prêmio 1104. Outro
- 12. É comprometido com a empresa?**
 1201. Sim 1202. Não
- 13. Em caso afirmativo, justifique.**
 1301. Reconhecimento pelo desempenho
 1302. Valorização pelo bom profissional
 1303. Promoções
 1304. Salários satisfatórios
- 14. Em caso negativo, justifique.**
 1401. Falta de reconhecimento
 1402. Salário não compensa
 1403. Falta de apoio da administração
 1404. Competição exarcebada
- 15. Os chefes são qualificados para coordenar pessoas?**
 1501. Sim 1502. Não
- 16. Caso negativo, porque? Enumere-os**
 1601. Não é criativo
 1602. Não tem sinergia
 1603. Não participa da missão da empresa
 1604. Não desenvolve trabalho em grupo
 1605. Não é conhecedor da função
- 17. Você é capaz de dirigir pessoas?**
 1701. Sim 0702. Não
- 18. Caso afirmativo, como? Enumere-os.**
 1801. Sabe transmitir informações
 1802. Sabe envolver pessoas
 1804. É bem humorado
 1805. Sabe ouvir
 1806. É dinâmico
- 19. Você motiva seus subordinados?**
 1901. Sim 1902. Não
- 20. Em caso afirmativo, como?**
 2001. Aceitando idéias
 2002. Elogiando seus subordinados
 2003. Avaliando seus desempenhos
 2004. Sugerindo soluções aos problemas
 2005. Estimulando o trabalho em equipe
- 21. Em caso negativo, porque? Enumere-os**
 2101. Não cria oportunidade
 2102. Não agradece os colaboradores
 2103. Não oferece liberdade de ação
 2104. Não elogia os funcionários
- 22. Sua empresa é informatizada?**
 2201. Sim 2202. Não
- 23. Quais as vantagens da informatização?**
 2301. Agilidade no atendimento
 2302. Velocidade de informações
 2303. Redução de custos
 2304. Controle de produção
- 24. Você tem acesso a internet ?**
 2401. Sim 2402. Não
- 25. Caso afirmativo qual o provedor?.....**
- 26. O que representa informática na empresa?**
 2601. Essencial no controle de qualidade
 2602. Excelente para o atendimento
 2603. Grande facilitadora de comunicação
 2604. Essencial na obtenção de resultados
- 27. Considera a motivação importante no desempenho da empresa?**
 2701. Sim 2702. Não
- 28. Em caso afirmativo, justifique.**
 2801. Aumenta a produtividade
 2802. Melhora a qualidade no atendimento
 2803. Aperfeiçoa os processos de trabalho
 2804. Interação na estrutura funcional
- 29. Em caso negativo, o que justifica?**
 2901. Falta de incentivo
 2902. Falta de segurança
 2903. Instabilidade no emprego
 2904. Baixo salário
- 30. Você se sente motivado, com:**
 3001. Bem estar social
 3002. Ascensão de cargo
 3003. Alto salário
 3004. Tarefas interessantes
 3005. Comunicação
- 31. Em caso negativo, o que o desmotiva?**
 3101. Desentendimento familiar
 3102. Salário baixo
 3103. Insegurança no emprego
 3104. Falta de habilidade
 3105. Falta de comunicação
- 32. Na sua empresa existe espírito de equipe?**
 3201. Sim 3202. Não
- 33. Não havendo espírito de equipe, o que contribui para isso?**
 3301. Muita competição
 3302. Desmotivação das equipes
 3303. Falta de relacionamento
 3304. Baixa estima
 3305. Falta de interesse
- 34. Em caso de haver relacionamento com a equipe o que contribui?**
 3401. Comunicação
 3402. Interação da equipe
 3403. Cooperatividade
 3404. Confiança
 3405. Auto estima
- 35. Com relação a sua interação com a equipe, você considera:**
 3501. Bom 3503. Regular
 3502. Ruim 3504. Ótimo
- 36. Porque a proatividade é uma das competências dos novos tempos ?**
 3601. Dota as pessoas de energia
 3602. É necessário lidar com o novo
 3603. Influi na motivação
 3604. Não significa nada
- 37. O que é necessário para alcançar objetivos individuais da empresa?**
 3701. Clima organizacional
 3702. Comunicação
 3703. Satisfação dos funcionários
 3704. Equipe treinada
- 38. É necessário que integrantes do grupo estejam inseridos com os objetivos da organização?**
 3801. Sim 3802. Não
- 39. Em caso afirmativo, justifique.**
 3901. Eficiência na comunicação
 3902. Aumento de produtividade
 3903. Melhoria no atendimento
 3904. Elevação de cargo
- 40. Como manter a eficiência na empresa?**
 4001. Aperfeiçoando os conhecimentos
 4002. Planejamento adequado
 4003. Motivação da equipe
 4004. Treinamentos constantes
- 41. Você tem compromisso com sua empresa?**
 4101. Sim 4002. Não

42. Caso afirmativo, justifique.

4201. Com o gerente
4202. Com os objetivos a serem atingidos
4203. Com a média de produção
4204. Com a comissão
4205. Gosta do que faz
4206. Outro

43. Caso negativo, qual o motivo?

4301. Mau relacionamento com gerente
4302. Não recebe nenhum benefício
4303. Salário não compensa esforço
4304. Não gosta do que faz
4305. Deseja trabalhar em outro setor

44. A empresa já traçou objetivos de melhoria?

4401. Sim 4402. Não

45. Caso afirmativo, qual?

4501. Aumento de produção
4502. Relacionamento interno
4503. Aprimorar conhecimentos funcionários
4504. Atendimento de qualidade aos cliente

46. Como são transmitidas as metas a serem alcançadas?

4601. Murais 4603. Por escrita
4602. Reuniões 4604. Pessoalmente

47. Quem transmite as informações?

4701. Funcionários 4702. Gerentes

48. Quando foi traçado o objetivo você entendeu para que serviria a melhoria?

4801. Sim 4803. Ficou em dúvida
4802. Não 4804. Não entendeu

49. Quem se beneficiará c/ objetivos atingidos?

4901. Você 4903. A empresa
4902. Os clientes 4904. O gerente

50. Que benefício elevaria seu comprometimento com a empresa?

5001. Aumento de salário
5002. Assistência odontológica
5003. Assistência médica
5004. Transferência para outro setor
5005. Elevação de cargo
5006. Bom relacionamento c/ administradores
5007. Comissão (horas extras)

51. Está satisfeito com o comprometimento da empresa com os funcionários?

5101. Sim 5102. Não

52. Caso o afirmativo, justifique.

5201. A empresa se preocupa com saúde
5202. Com seus problemas
5203. Incentiva a capacitação profissional
5204. Agradece seu empenho
5205. Salário atualizado
5206. Outro

53. Caso a empresa passe dificuldades financeira, como agiria?

5301. Sairia da empresa
5302. Incentivaria os demais a saírem
5303. Aguardava até a crise passar
5304. Organizaria uma greve
5305. Faria de tudo para superar a crise
5306. Não saberia o que fazer

54. Quanto tempo ficaria na empresa, se o salário atrasasse meses?

5401. 01 mês 5403. 03 meses
5402. 02 meses 5404. 06 meses

55. Acha importante a participação de todos na empresa?

5501. Sim 5502. Não

56. Caso afirmativo, justifique.

5601. Aumento de produtividade
5602. Eleva o espírito de equipe
5603. Satisfação da gerência
5604. Os clientes percebem a melhoria
5605. Cria um ambiente saudável

57. Caso negativo, justifique.

5701. Não influencia em nada
5702. Não se relaciona internamente
5703. Não aumenta a produtividade

58. Você participa das atividades coletivas da empresa?

5801. Sim 5803. Às vezes
5802. Não 5804. Muitas vezes

59. Caso negativo, justifique.

5901. Não gosta de uma pessoa
5902. Não gosta de mais de 02 pessoas
5903. Mau relacionamento com o gerente
5904. Não é pago para isso
5905. Não trabalha em grupo
5906. Outro

60. Dá idéias no trabalho em equipe?

6001. Sim 6003. Às vezes
6002. Não 6004. Muitas vezes

61. Dá idéias para união dos colegas, fora do trabalho?

6101. Sim 6103. Raras vezes
6102. Não 6104. Muitas vezes

62. Caso afirmativo, que idéias?

6201. Festas 6204. Reuniões
6202. Futebol 6205. Churrasco
6203. Passeios 6206. Outros?.....

63. Participa de reuniões sobre as metas da empresa?

6301. Sim 6302. Não

64. Caso afirmativo, justifique.

6401. É importante para o funcionário
6402. É importante para a empresa
6403. Você fica informado
6404. Fica motivado com os desafios
6405. Eleva a sua responsabilidade
6406. Agrada seu gerente

65. Caso negativo, justifique.

6501. Não gosta
6502. Não se interessa
6503. Não assume responsabilidade
6504. Não ganha o suficiente
6505. Mau relacionamento com o grupo
6506. Outro

66. O que você acha sobre os objetivos que a empresa busca?

6601. Bom 6604. Não dá atenção
6602. Regular 6605. Ótimo
6603. Ruim 6606. Não sabe

67. Qual a sua remuneração mensal?

6701. 01 Salário mínimo
6702. 02 salários mínimo
6703. 03 até 05 salários mínimo
6704. Acima de 08 salários mínimo

68. Está satisfeito com a remuneração?

6801. Sim 6802. Não

69. Quanto gostaria que aumentasse?

6901. 01 salário mínimo
6902. 02 salários mínimo
6903. Acima de 05 salários mínimo

70. Acha seu trabalho cansativo?

7001. Sim 7003. Às vezes
7002. Não 7004. Depende do trabalho

71. O que sugere para aliviar o cansaço?

7101. Palestras sobre motivação
7102. Intervalos para relaxar
7103. Sala de diversão
7104. Ginástica para descontração

72. Qual a importância do cliente bem atendido?

7201. Nenhuma 7204. É vantajoso
7202. Volta sempre 7205. Atingir os objetivos
7203. É lucrativo 7206. Boa imagem da empresa

73. Atendimento rápido satisfaz o cliente?

7301. Sim 7302. Não

74. Como atingir rapidez no atendimento?

7401. Tecnologia avançada
7402. Treinamento de capacitação
7403. Motivação
7404. Comprometimento
7405. Melhor remuneração

75. Como você agiria diante de um cliente nervoso?

7501. Tenta acalmá-lo
7502. Perde a calma
7503. Tenta convencê-lo que está errado
7504. Pedejuda aos companheiros
7505. Deixa o cliente falando sozinho
7506. Discute com o cliente

76. É treinado para agir nessa situação?

7601. Sim 7602. Não

77. Caso afirmativo, quem o treinou?

7701. Gerente 7703. Direção da empresa
7702. Especialista 7704. Empresa do ramo

78. O que achou do treinamento para atender o cliente?

7801. Proveitoso 7803. Bom
7802. Eficiente 7804. Píssimo

79. Para melhorar sua participação, o que deveria mudar na empresa?

Enumere 03 opções

7901. A rotina do trabalho
7902. Rodízios de cargos
7903. Novas técnicas
7904. Novos dirigentes
7905. Gerentes competentes
80. Quais são seus planos para futuro?
8001. Continuar na empresa
8002. Mudar de cargo
8003. Mudar de empresa
8004. Viajar a serviço
8005. Montar seu próprio negócio

QUESTIONARIO PARA FUNCIONARIOS

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, tem como objetivo mostrar a importância da motivação e do comprometimento para o desenvolvimento das pequenas, médias e grandes empresas. Para que todos os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo este questionário de forma clara e objetiva.

Obs: Não é necessário se identificar. Marque quantas opções julgar necessário a cada questionário.

Favor devolver até: _____/_____/_____

01. Sexo ?

0101. Masculino 0102. Feminino

02. Idade?

0201. Até 19 anos 0203. 31 a 50 anos
0202. 20 a 30 anos 0204. Mais de 50 anos

03 Estado Civil?

0301. Solteiro (a) 0303. Separado (a)
0302. Casado (a) 0304. Viúvo (a)

04. Qual o seu nível de escolaridade?

0401. Ensino Fundamental
0402. Ensino Médio incompleto
0403. Ensino Médio completo
0404. Superior incompleto
0405. Superior completo

05. Possui curso profissionalizante?

0501. Sim 0502. Não

06 Caso afirmativo, qual?...

07. Em que empresa trabalha?

0701. Lojas Lar center
0702. Comercial Brasillojas
0703. Banco da Amazônia S/A

08. Qual a área de atuação? *Vendas*

09. Quantos anos trabalha na empresa ?

0901. Menos de 01 ano
0902. De 01 a 02 anos
0903. Acima de 02 anos

10. Porque trabalha nessa empresa?

1001. Salário
1002. Os benefícios
1003. Perspectiva de estabilidade
1004. Qualificação profissional

11. O que recebe de motivação pelo desempenho de suas tarefas ?

1101. Elogios 1103. Não percebe
1102. Prêmio 1104. Outro

12. É comprometido com a empresa?

1201. Sim 1202. Não

13. Em caso afirmativo, justifique.

1301. Reconhecimento pelo desempenho
1302. Valorização pelo bom profissional
1303. Promoções
1304. Salários satisfatórios

14. Em caso negativo, justifique.

1401. Falta de reconhecimento
1402. Salário não compensa
1403. Falta de apoio da administração
1404. Competição exarcebada

15. Os chefes são qualificados

para coordenar pessoas?

1501. Sim 1502. Não

16. Caso negativo, porque? Enumere-os

1601. Não é criativo
1602. Não tem sinergia
1603. Não participa da missão da empresa
1604. Não desenvolve trabalho em grupo
1605. Não é conhecedor da função

17. Você é capaz de dirigir pessoas?

1701. Sim 0702. Não

18. Caso afirmativo, como? Enumere-os.

1801. Sabe transmitir informações
1802. Sabe envolver pessoas
1804. É bem humorado
1805. Sabe ouvir
1806. É dinâmico

19. Você motiva seus subordinados?

1901. Sim 1902. Não

20. Em caso afirmativo, como?

2001. Aceitando idéias
2002. Elogiando seus subordinados
2003. Avaliando seus desempenhos
2004. Sugerindo soluções aos problemas
2005. Estimulando o trabalho em equipe

21. Em caso negativo, porque? Enumere-os

2101. Não cria oportunidade
2102. Não agradece os colaboradores
2103. Não oferece liberdade de ação
2104. Não elogia os funcionários

22. Sua empresa é informatizada?

2201. Sim 2202. Não

23. Quais as vantagens da informatização?

2301. Agilidade no atendimento
2302. Velocidade de informações
2303. Redução de custos
2304. Controle de produção

24. Você tem acesso a internet ?

2401. Sim 2402. Não

25. Caso afirmativo qual o provedor?.....

26. O que representa informática na empresa?

2601. Essencial no controle de qualidade
2602. Excelente para o atendimento
2603. Grande facilitadora de comunicação
2604. Essencial na obtenção de resultados

27. Considera a motivação importante no desempenho da empresa?

2701. Sim 2702. Não

28. Em caso afirmativo, justifique.

2801. Aumenta a produtividade
2802. Melhora a qualidade no atendimento
2803. Aperfeiçoa os processos de trabalho
2804. Interação na estrutura funcional

29. Em caso negativo, o que justifica?

2901. Falta de incentivo
2902. Falta de segurança
2903. Instabilidade no emprego
2904. Baixo salário

30. Você se sente motivado, com:

3001. Bem estar social
3002. Ascensão de cargo
3003. Alto salário
3004. Tarefas interessantes
3005. Comunicação

31. Em caso negativo, o que o desmotiva?

3101. Desentendimento familiar
3102. Salário baixo
3103. Insegurança no emprego
3104. Falta de habilidade
3105. Falta de comunicação

32. Na sua empresa existe espírito de equipe?

3201. Sim 3202. Não

33. Não havendo espírito de equipe, o que contribui para isso?

3301. Muita competição
3302. Desmotivação das equipes
3303. Falta de relacionamento
3304. Baixa estima
3305. Falta de interesse

34. Em caso de haver relacionamento com a equipe o que contribui?

3401. Comunicação
3402. Interação da equipe
3403. Cooperatividade
3404. Confiança
3405. Auto estima

35. Com relação a sua interação

com a equipe, você considera:

3501. Bom 3503. Regular
3502. Ruim 3504. Ótimo

36. Porque a proatividade é uma das competências dos novos tempos?

3601. Dota as pessoas de energia
3602. É necessário lidar com o novo
3603. Influí na motivação
3604. Não significa nada

37. O que é necessário para alcançar objetivos individuais da empresa?

3701. Clima organizacional
3702. Comunicação
3703. Satisfação dos funcionários
3704. Equipe treinada

38. É necessário que integrantes do grupo estejam inseridos com os objetivos da organização?

3801. Sim 3802. Não

39. Em caso afirmativo, justifique.

3901. Eficiência na comunicação
3902. Aumento de produtividade
3903. Melhoria no atendimento
3904. Elevação de cargo

40. Como manter a eficiência na empresa?

4001. Aperfeiçoando os conhecimentos
4002. Planejamento adequado
4003. Motivação da equipe
4004. Treinamentos constantes

41. Você tem compromisso com sua empresa?

4101. Sim 4002. Não

42. Caso afirmativo, justifique.

- 4201. Com o gerente
- 4202. Com os objetivos a serem atingidos
- 4203. Com a média de produção
- 4204. Com a comissão
- 4205. Gosta do que faz
- 4206. Outro

43. Caso negativo, qual o motivo?

- 4301. Mau relacionamento com gerente
- 4302. Não recebe nenhum benefício
- 4303. Salário não compensa esforço
- 4304. Não gosta do que faz
- 4305. Deseja trabalhar em outro setor

44. A empresa já traçou objetivos de melhoria?

- 4401. Sim
- 4402. Não

45. Caso afirmativo, qual?

- 4501. Aumento de produção
- 4502. Relacionamento interno
- 4503. Aprimorar conhecimentos funcionários
- 4504. Atendimento de qualidade aos cliente

46. Como são transmitidas as metas a serem alcançadas?

- 4601. Murais
- 4602. Reuniões
- 4603. Por escrita
- 4604. Pessoalmente

47. Quem transmite as informações?

- 4701. Funcionários
- 4702. Gerentes

48. Quando foi traçado o objetivo você entendeu para que serviria a melhoria?

- 4801. Sim
- 4802. Não
- 4803. Ficou em dúvida
- 4804. Não entendeu

49. Quem se beneficiará c/ objetivos atingidos

- 4901. Você
- 4902. Os clientes
- 4903. A empresa
- 4904. O gerente

50. Que benefício elevaria seu comprometimento com a empresa ?

- 5001. Aumento de salário
- 5002. Assistência odontológica
- 5003. Assistência médica
- 5004. Transferência para outro setor
- 5005. Elevação de cargo
- 5006. Bom relacionamento c/ administradores
- 5007. Comissão (horas extras)

51. Está satisfeito com o comprometimento da empresa com os funcionários?

- 5101. Sim
- 5102. Não

52. Caso o afirmativo, justifique.

- 5201. A empresa se preocupa com saúde
- 5202. Com seus problemas
- 5203. Incentiva a capacitação profissional
- 5204. Agradece seu empenho
- 5205. Salário atualizado
- 5206. Outro

53. Caso a empresa passe dificuldades financeira, como agiria?

- 5301. Sairia da empresa
- 5302. Incentivaria os demais a saírem
- 5303. Aguardava até a crise passar
- 5304. Organizaria uma greve
- 5305. Faria de tudo para superar a crise
- 5306. Não saberia o que fazer

54. Quanto tempo ficaria na empresa, se o salário atrasasse meses ?

- 5401. 01 mês
- 5402. 02 meses
- 5403. 03 meses
- 5404. 06 meses

55. Acha importante a participação de todos na empresa?

- 5501. Sim
- 5502. Não

56. Caso afirmativo, justifique.

- 5601. Aumento de produtividade
- 5602. Eleva o espírito de equipe
- 5603. Satisfação da gerência
- 5604. Os clientes percebem a melhoria
- 5605. Cria um ambiente saudável

57. Caso negativo, justifique.

- 5701. Não influencia em nada
- 5702. Não se relaciona internamente
- 5703. Não aumenta a produtividade

58. Você participa das atividades coletivas da empresa?

- 5801. Sim
- 5802. Não
- 5803. Às vezes
- 5804. Muitas vezes

59. Caso negativo, justifique.

- 5901. Não gosta de uma pessoa
- 5902. Não gosta de mais de 02 pessoas
- 5903. Mau relacionamento com o gerente
- 5904. Não é pago para isso
- 5905. Não trabalha em grupo
- 5906. Outro

60. Dá idéias no trabalho em equipe?

- 6001. Sim
- 6002. Não
- 6003. Às vezes
- 6004. Muitas vezes

61. Dá idéias para união dos colegas, fora do trabalho?

- 6101. Sim
- 6102. Não
- 6103. Raras vezes
- 6104. Muitas vezes

62. Caso afirmativo, que idéias?

- 6201. Festas
- 6202. Futebol
- 6203. Passeios
- 6204. Reuniões
- 6205. Churrasco
- 6206. Outros?.....

63. Participa de reuniões sobre as metas da empresa?

- 6301. Sim
- 6302. Não

64. Caso afirmativo, justifique.

- 6401. É importante para o funcionário
- 6402. É importante para a empresa
- 6403. Você fica informado
- 6404. Fica motivado com os desafios
- 6405. Eleva a sua responsabilidade
- 6406. Agrada seu gerente

65. Caso negativo, justifique.

- 6501. Não gosta
- 6502. Não se interessa
- 6503. Não assume responsabilidade
- 6504. Não ganha o suficiente
- 6505. Mau relacionamento com o grupo
- 6506. Outro

66. O que você acha sobre os objetivos que a empresa busca?

- 6601. Bom
- 6602. Regular
- 6603. Ruim
- 6604. Não dá atenção
- 6605. Ótimo
- 6606. Não sabe

67. Qual a sua remuneração mensal?

- 6701. 01 Salário mínimo
- 6702. 02 salários mínimo
- 6703. 03 até 05 salários mínimo
- 6704. Acima de 08 salários mínimo

68. Está satisfeito com a remuneração?

- 6801. Sim
- 6802. Não

69. Quanto gostaria que aumentasse?

- 6901. 01 salário mínimo
- 6902. 02 salários mínimo
- 6903. Acima de 05 salários mínimo

70. Acha seu trabalho cansativo?

- 7001. Sim
- 7002. Não
- 7003. Às vezes
- 7004. Depende do trabalho

71. O que sugere para aliviar o cansaço?

- 7101. Palestras sobre motivação
- 7102. Intervalos para relaxar
- 7103. Sala de diversão
- 7104. Ginástica para descontração

72. Qual a importância do cliente bem atendido?

- 7201. Nenhuma
- 7202. Voltar sempre
- 7203. É lucrativo
- 7204. É vantajoso
- 7205. Atingir os objetivos
- 7206. Boa imagem da empresa

73. Atendimento rápido satisfaz o cliente?

- 7301. Sim
- 7302. Não

74. Como atingir rapidez no atendimento?

- 7401. Tecnologia avançada
- 7402. Treinamento de capacitação
- 7403. Motivação
- 7404. Comprometimento
- 7405. Melhor remuneração

75. Como você agiria diante de um cliente nervoso?

- 7501. Tenta acalmá-lo
- 7502. Perde a calma
- 7503. Tenta convencê-lo que está errado
- 7504. Pede ajuda aos companheiros
- 7505. Deixa o cliente falando sozinho
- 7506. Discute com o cliente

76. É treinado para agir nessa situação?

- 7601. Sim
- 7602. Não

77. Caso afirmativo, quem o treinou?

- 7701. Gerente
- 7702. Especialista
- 7703. Direção da empresa
- 7704. Empresa do ramo

78. O que achou do treinamento para atender o cliente?

- 7801. Proveitoso
- 7802. Eficiente
- 7803. Bom
- 7804. Pésimo

79. Para melhorar sua participação, o que deveria mudar na empresa?

- 7901. Enumere 03 opções
- 7902. A rotina do trabalho
- 7903. Rodízios de cargos
- 7904. Novas técnicas
- 7905. Novos dirigentes
- 7906. Gerentes competentes

80. Quais são seus planos para futuro?

- 8001. Continuar na empresa
- 8002. Mudar de cargo
- 8003. Mudar de empresa
- 8004. Viajar a serviço
- 8005. Montar seu próprio negócio

QUESTIONARIO PARA FUNCIONARIOS

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, tem como objetivo mostrar a importância da motivação e do comprometimento para o desenvolvimento das pequenas, médias e grandes empresas. Para que todos os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo este questionário de forma clara e objetiva.

Obs: Não é necessário se identificar. Marque quantas opções julgar necessário a cada questionário;

Favor devolver até: ___/___/___

01. Sexo ?

0101. Masculino 0102. Feminino

02. Idade?

0201. Até 19 anos 0203. 31 a 50 anos
0202. 20 a 30 anos 0204. Mais de 50 anos

03 Estado Civil?

0301. Solteiro (a) 0303. Separado (a)
0302. Casado (a) 0304. Viúvo (a)

04. Qual o seu nível de escolaridade?

0401. Ensino Fundamental
0402. Ensino Médio incompleto
0403. Ensino Médio completo
0404. Superior incompleto
0405. Superior completo

05. Possui curso profissionalizante?

0501. Sim 0502. Não

06 Caso afirmativo, qual?.....

07. Em que empresa trabalha?

0701. Lojas Lar center
0702. Comercial Brasillojas
0703. Banco da Amazônia S/A

08. Qual a área de atuação? *em área de...*

09. Quantos anos trabalha na empresa ?

0901. Menos de 01 ano
0902. De 01 a 02 anos
0903. Acima de 02 anos

10. Porque trabalha nessa empresa?

1001. Salário
1002. Os benefícios
1003. Perspectiva de estabilidade
1004. Qualificação profissional

11. O que recebe de motivação pelo desempenho de suas tarefas ?

1101. Elogios 1103. Não percebe
1102. Prêmio 1104. Outro

12. É comprometido com a empresa?

1201. Sim 1202. Não

13. Em caso afirmativo, justifique.

1301. Reconhecimento pelo desempenho
1302. Valorização pelo bom profissional
1303. Promoções
1304. Salários satisfatórios

14. Em caso negativo, justifique.

1401. Falta de reconhecimento
1402. Salário não compensa
1403. Falta de apoio da administração
1404. Competição exacerbada

15. Os chefes são qualificados para coordenar pessoas?

1501. Sim 1502. Não

16. Caso negativo, porque? Enumere-os

1601. Não é criativo
1602. Não tem sinergia
1603. Não participa da missão da empresa
1604. Não desenvolve trabalho em grupo
1605. Não é conhecedor da função

17. Você é capaz de dirigir pessoas?

1701. Sim 0702. Não

18. Caso afirmativo, como? Enumere-os.

1801. Sabe transmitir informações
1802. Sabe envolver pessoas
1804. É bem humorado
1805. Sabe ouvir
1806. É dinâmico

19. Você motiva seus subordinados?

1901. Sim 1902. Não

20. Em caso afirmativo, como?

2001. Aceitando idéias
2002. Elogiando seus subordinados
2003. Avaliando seus desempenhos
2004. Sugerindo soluções aos problemas
2005. Estimulando o trabalho em equipe

21. Em caso negativo, porque? Enumere-os

2101. Não cria oportunidade
2102. Não agradece os colaboradores
2103. Não oferece liberdade de ação
2104. Não elogia os funcionários

22. Sua empresa é informatizada?

2201. Sim 2202. Não

23. Quais as vantagens da informatização?

2301. Agilidade no atendimento
2302. Velocidade de informações
2303. Redução de custos
2304. Controle de produção

24. Você tem acesso a internet ?

2401. Sim 2402. Não

25. Caso afirmativo qual o provedor?.....

26. O que representa informática na empresa?

2601. Essencial no controle de qualidade
2602. Excelente para o atendimento
2603. Grande facilitadora de comunicação
2604. Essencial na obtenção de resultados

27. Considera a motivação importante no desempenho da empresa?

2701. Sim 2702. Não

28. Em caso afirmativo, justifique.

2801. Aumenta a produtividade
2802. Melhora a qualidade no atendimento
2803. Aperfeiçoa os processos de trabalho
2804. Interação na estrutura funcional

29. Em caso negativo, o que justifica?

2901. Falta de incentivo
2902. Falta de segurança
2903. Instabilidade no emprego
2904. Baixo salário

30. Você se sente motivado, com:

3001. Bem estar social
3002. Ascensão de cargo
3003. Alto salário
3004. Tarefas interessantes
3005. Comunicação

31. Em caso negativo, o que o desmotiva?

3101. Desentendimento familiar
3102. Salário baixo
3103. Insegurança no emprego
3104. Falta de habilidade
3105. Falta de comunicação

32. Na sua empresa existe espírito de equipe?

3201. Sim 3202. Não

33. Não havendo espírito de equipe, o que contribui para isso?

3301. Muita competição
3302. Desmotivação das equipes
3303. Falta de relacionamento
3304. Baixa estima
3305. Falta de interesse

34. Em caso de haver relacionamento com a equipe o que contribui?

3401. Comunicação
3402. Interação da equipe
3403. Cooperatividade
3404. Confiança
3405. Auto estima

35. Com relação a sua interação com a equipe, você considera:

3501. Bom 3503. Regular
3502. Ruim 3504. Ótimo

36. Porque a proatividade é uma das competências dos novos tempos?

3601. Dota as pessoas de energia
3602. É necessário lidar com o novo
3603. Influi na motivação
3604. Não significa nada

37. O que é necessário para alcançar objetivos individuais da empresa?

3701. Clima organizacional
3702. Comunicação
3703. Satisfação dos funcionários
3704. Equipe treinada

38. É necessário que integrantes do grupo estejam inseridos com os objetivos da organização?

3801. Sim 3802. Não

39. Em caso afirmativo, justifique.

3901. Eficiência na comunicação
3902. Aumento de produtividade
3903. Melhoria no atendimento
3904. Elevação de cargo

40. Como manter a eficiência na empresa?

4001. Aperfeiçoando os conhecimentos
4002. Planejamento adequado
4003. Motivação da equipe
4004. Treinamentos constantes

41. Você tem compromisso com sua empresa?

4101. Sim 4002. Não

42. Caso afirmativo, justifique.

4201. Com o gerente
4202. Com os objetivos a serem atingidos
4203. Com a média de produção
4204. Com a comissão
4205. Gosta do que faz
4206. Outro

43. Caso negativo, qual o motivo?

4301. Mau relacionamento com gerente
4302. Não recebe nenhum benefício
4303. Salário não compensa esforço
4304. Não gosta do que faz
4305. Deseja trabalhar em outro setor

44. A empresa já traçou objetivos de melhoria?

4401. Sim 4402. Não

45. Caso afirmativo, qual?

4501. Aumento de produção
4502. Relacionamento interno
4503. Aprimorar conhecimentos funcionários
4504. Atendimento de qualidade aos cliente

46. Como são transmitidas as metas a serem alcançadas?

4601. Murais 4603. Por escrita
4602. Reuniões 4604. Pessoalmente

47. Quem transmite as informações?

4701. Funcionários 4702. Gerentes

48. Quando foi traçado o objetivo você entendeu para que serviria a melhoria?

4801. Sim 4803. Ficou em dúvida
4802. Não 4804. Não entendeu

49. Quem se beneficiará c/ objetivos atingidos?

4901. Você 4903. A empresa
4902. Os clientes 4904. O gerente

50. Que benefício elevaria seu comprometimento com a empresa?

5001. Aumento de salário
5002. Assistência odontológica
5003. Assistência médica
5004. Transferência para outro setor
5005. Elevação de cargo
5006. Bom relacionamento c/ administradores
5007. Comissão (horas extras)

51. Está satisfeito com o comprometimento da empresa com os funcionários?

5101. Sim 5102. Não

52. Caso o afirmativo, justifique.

5201. A empresa se preocupa com saúde
5202. Com seus problemas
5203. Incentiva a capacitação profissional
5204. Agradece seu empenho
5205. Salário atualizado
5206. Outro

53. Caso a empresa passe dificuldades financeiras, como agiria?

5301. Sairia da empresa
5302. Incentivaria os demais a saírem
5303. Aguardava até a crise passar
5304. Organizaria uma greve
5305. Faria de tudo para superar a crise
5306. Não saberia o que fazer

54. Quanto tempo ficaria na empresa, se o salário atrasasse meses?

5401. 01 mês 5403. 03 meses
5402. 02 meses 5404. 06 meses

55. Acha importante a participação de todos na empresa?

5501. Sim 5502. Não

56. Caso afirmativo, justifique.

5601. Aumento de produtividade
5602. Eleva o espírito de equipe
5603. Satisfação da gerência
5604. Os clientes percebem a melhoria
5605. Cria um ambiente saudável

57. Caso negativo, justifique.

5701. Não influencia em nada
5702. Não se relaciona internamente
5703. Não aumenta a produtividade

58. Você participa das atividades coletivas da empresa?

5801. Sim 5803. Às vezes
5802. Não 5804. Muitas vezes

59. Caso negativo, justifique.

5901. Não gosta de uma pessoa
5902. Não gosta de mais de 02 pessoas
5903. Mau relacionamento com o gerente
5904. Não é pago para isso
5905. Não trabalha em grupo
5906. Outro

60. Dá idéias no trabalho em equipe?

6001. Sim 6003. Às vezes
6002. Não 6004. Muitas vezes

61. Dá idéias para união dos colegas, fora do trabalho?

6101. Sim 6103. Raras vezes
6102. Não 6104. Muitas vezes

62. Caso afirmativo, que idéias?

6201. Festas 6204. Reuniões
6202. Futebol 6205. Churrasco
6203. Passeios 6206. Outros?.....

63. Participa de reuniões sobre as metas da empresa?

6301. Sim 6302. Não

64. Caso afirmativo, justifique.

6401. É importante para o funcionário
6402. É importante para a empresa
6403. Você fica informado
6404. Fica motivado com os desafios
6405. Eleva a sua responsabilidade
6406. Agrada seu gerente

65. Caso negativo, justifique.

6501. Não gosta
6502. Não se interessa
6503. Não assume responsabilidade
6504. Não ganha o suficiente
6505. Mau relacionamento com o grupo
6506. Outro

66. O que você acha sobre os objetivos que a empresa busca?

6601. Bom 6604. Não dá atenção
6602. Regular 6605. Ótimo
6603. Ruim 6606. Não sabe

67. Qual a sua remuneração mensal?

6701. 01 Salário mínimo
6702. 02 salários mínimo
6703. 03 até 05 salários mínimo
6704. Acima de 08 salários mínimo

68. Está satisfeito com a remuneração?

6801. Sim 6802. Não

69. Quanto gostaria que aumentasse?

6901. 01 salário mínimo
6902. 02 salários mínimo
6903. Acima de 05 salários mínimo

70. Acha seu trabalho cansativo?

7001. Sim 7003. Às vezes
7002. Não 7004. Depende do trabalho

71. O que sugere para aliviar o cansaço?

7101. Palestras sobre motivação
7102. Intervalos para relaxar
7103. Sala de diversão
7104. Ginástica para descontração

72. Qual a importância do cliente bem atendido?

7201. Nenhuma 7204. É vantajoso
7202. Volta sempre 7205. Atingir os objetivos
7203. É lucrativo 7206. Boa imagem da empresa

73. Atendimento rápido satisfaz o cliente?

7301. Sim 7302. Não

74. Como atingir rapidez no atendimento?

7401. Tecnologia avançada
7402. Treinamento de capacitação
7403. Motivação
7404. Comprometimento
7405. Melhor remuneração

75. Como você agiria diante de um cliente nervoso?

7501. Tenta acalmá-lo
7502. Perde a calma
7503. Tenta convencê-lo que está errado
7504. Pedir ajuda aos companheiros
7505. Deixa o cliente falando sozinho
7506. Discute com o cliente

76. É treinado para agir nessa situação?

7601. Sim 7602. Não

77. Caso afirmativo, quem o treinou?

7701. Gerente 7703. Direção da empresa
7702. Especialista 7704. Empresa do ramo

78. O que achou do treinamento para atender o cliente?

7801. Proveitoso 7803. Bom
7802. Eficiente 7804. Pássimo

79. Para melhorar sua participação, o que deveria mudar na empresa?

Enumere 03 opções

7901. A rotina do trabalho
7902. Rodízios de cargos
7903. Novas técnicas
7904. Novos dirigentes
7905. Gerentes competentes

80. Quais são seus planos para futuro?

8001. Continuar na empresa
8002. Mudar de cargo
8003. Mudar de empresa
8004. Viajar a serviço
8005. Montar seu próprio negócio

QUESTIONÁRIO PARA CLIENTES

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, com o objetivo de incentivar os funcionários e o nível de qualidade dos serviços e dos profissionais no mercado de trabalho. Para que todos os envolvidos aperfeiçoar sejam beneficiados precisamos da sua colaboração respondendo de forma clara e objetiva o presente questionário.

OBS. - Não é necessário se identificar

- Marque quantas opções julgar necessárias em cada quesito

- Favor devolvê-lo até: ____ / ____ / ____.

01. Sexo ?

0101. Masculino
0102. Feminino

02. Idade?

0201. Até 18 anos
0202. 19 a 29 anos
0203. 30 a 45 anos
0204. Acima de 46 anos

03 Estado Civil

0301. Solteiro (a)
0302. Casado (a)
0303. Separado (a)
0304. Viúvo (a)

04. Qual o seu nível de escolaridade?

0401. Ensino Fundamental incompleto
0402. Ensino Fundamental completo
0403. Ensino Médio incompleto
0404. Ensino Médio completo
0405. Superior incompleto
0406. Superior completo

05. Você mora em casa:

0501. Alugada
0502. Própria
0503. Favor
0504. Outros, exemplifique.....

06. Você trabalha?

0601. Sim Não

07. Qual a sua profissão?

0701. Pedreiro
0702. Bancário
0703. Empresário
0704. Eletricista
0705. Mecânico
0706. Médico
0707. Comércio Informal (camelô)
0708. Outro, qual.....

08. Qual a sua classe social?

0801. Baixa
0802. Média baixa
0803. Média alta
0804. Alta

09. Qual a sua renda?

0901. Até um salário mínimo
0902. De 02 a 03 salários mínimo
0903. De 04 a 05 salários mínimo
0904. De 06 a 10 salários mínimo
0905. Acima de 10 salários mínimos

10. Na sua rua possui rede elétrica?

1001. Sim
1002. Não

11. Que tipo de eletrodoméstico você possui?

1101. Televisão
1102. Computador
1103. Geladeira
1104. Microondas
1105. Ventilador
1106. Outros, quais?

12. Geralmente compra móveis e eletrodomésticos?

1201. Sim
1202. Não

13. O que gosta de ver em uma loja?

1301. Organização dos produtos
1302. Quantidade de produtos
1303. Qualidade no atendimento
1304. Tipos de pagamentos
1305. Relacionamento interno
1306. Higiene do local

14. O que faz você comprar um produto em determinada loja ?

1401. O tratamento que você
1402. A amizade com funcionário da loja
1403. Espírito de equipe dos funcionários
1404. Um ambiente agradável
1405. Disponibilidade de produtos e serviços
1406. Os preços baixos
1407. Outros, quais?

15. O que leva você a verificar as promoções na loja?

1501. Anúncios na TV
1502. Anúncios no rádio
1503. Folhetos
1504. Carros de SOM
1505. Outras pessoas

16. Qual a sua opinião sobre o grau de intensidade dos carros de som?

1601. Bom
1602. Ruim
1603. Péssimo
1604. Desagradável

17. Com relação a entrega de produtos qual o seu grau de satisfação?

1701. Bom
1702. Ruim
1703. Às vezes

18. Caso negativo, determine o tempo.

1801. 01 dia
1802. 02 a 40 dias
1803. 05 a oito dias
1804. 09 a 15 dias
1805. mais de 15 dias

19. Você já adquiriu algum produto em nossas em nossas lojas?

1901. Sim
1902. Não
1903. Algumas vezes

20. Qual a qualidade dos nossos produtos?

2001. Boa
2002. Ruim
2003. Péssima
2004. Razoável
2005. Ótima
2006. Não sabe

21. Quando você chega ao Banco, que impressão tem daquele ambiente?

2101. Acha bonito
2102. Deseja naquela repertição
2103. Convreça com os funcionários
2104. Pensa que não vai ser bem atendido
2105. Procura o gerente

22. Ao se deparar com enormes filas, que atitude toma para não enfrentá-las?

2201. Pede para alguém ceder o lugar
2202. Não admite aquela situação
2203. Sente-se constrangido por esperar
2204. Aceita com naturalidade

23. Alguma vez já foi tratado com desrespeito por funcionários de Banco?

2301. Por precisou de um empréstimo
2302. Reclamou das filas
2303. Furou a fila
2304. Fez pagamento para outras pessoas
2305. Por não saber com quem falar

24. Você acha que os funcionários dos Bancos são bem treinados?

2401. Sim
2402. Não

25. Em caso negativo, justifique.

2501. Mais treinamentos
2502. Rodizio de funções
2503. Conhecimentos de serviços oferecidos
2504. Relacionamentos com os clientes

26. Em quantos bancos você tem conta? Enumere-os.

2601. Banco da Amazônia S/A
2602. Banco do Brasil
2603. Caixa Econômica
2604. Banco do Bradesco

27. Qual a relação de atendimento entre os Bancos da praça?

2701. Ruim
2702. Regular
2703. Bom
2704. Excelente
2705. Péssimo

28. Você utiliza os terminais de auto atendimento?

2801. Sim
2802. Não

29. Que benefícios eles trazem?

2901. Rapidez
2902. Segurança
2903. Comodidade
2904. Avanço Tecnológico
2905. Outros, citar.....

30. Quando utiliza os serviços de auto atendimento e não realiza suas operações, como reage?

3001. Fica envergonhado
3002. Acha que é incompetente
3003. Volta desesperado
3004. Pensa que não sabe nada
3005. Pede ajuda

31. Sente-se satisfeito com o atendimento das lojas comerciais?

3101. Sim
3102. Não

32. Caso afirmativo, porque?

3201. Rapidez na entrega
3202. Produtos de qualidades
3203. Conhecimento sobre o produto
3204. Bom atendimento
3205. Outros

33. Em caso negativo, justifique.

3301. Mau atendimento
3302. Falta de produtos
3303. Poucos funcionários
3304. Demora na entrega de produtos
3305. Falta de conhecimento do produto
3306. Outros

34. Os funcionários que trabalham com clientes atendem com eficácia?

3401. Sim
3402. Não

35. Caso negativo, enumere de 01 a 03 conforme sua importância.

3501. Falta de capacitação
3502. Falta de acompanhamento gerencial
3503. Falta de incentivo
3504. Desvalorização por parte da empresa
3506. Descomprometimento dos funcionários
3507. Ambiente tenso

36. Os produtos adquiridos em nossos estabelecimentos comerciais você considera?

3601. Bom
3602. Regular
3603. Ruim
3604. Razoável

37. Como analisa o desenvolvimento da empresa com relação a comunidade?

3701. Bom
3702. Regular
3703. Ruim
3704. Ótimo
3705. Não sabe

38. Caso esteja satisfeito, justifique.

3801. Participamos de eventos esportivos
3802. Participamos de eventos culturais
3803. Participamos de eventos festivos
3804. Fazemos doações
3805. Criamos oportunidade de emprego
3806. Outros

39. Caso não esteja satisfeito, justifique, como podemos melhorar?

3901. Promovendo eventos culturais
3902. Promovendo eventos esportivos
3903. Promovendo eventos religiosos
3904. Ampliando o número de empregos
3905. Outros, quais.....

40. Enquanto espera para ser atendida em uma empresa, algum funcionário ou gerente se preocupa com você perguntando?

4001. O que deseja
4002. Em que posso ajudá-lo
4003. Já foi atendido
4004. Aceita um cafézinho
4005. Fique a vontade

23. Você acha que os funcionários dos Bancos são bem treinados?

2301. Sim
2302. Não

24. Em caso negativo, justifique.

2401. Mais treinamentos
2402. Rodizio de funções
2403. Conhecimento de serviços oferecidos
2404. Relacionamento com os clientes

25. Em quantos Bancos você tem conta? Enumere-os.

2501. Banco da Amazônia S/A
2502. Banco do Brasil
2503. Caixa Econômica
2504. Banco do Bradesco

26. Qual a relação de atendimento entre os Bancos da praça?

2601. Ruim
2602. Regular
2603. Bom
2604. Excelente
2605. Péssimo

27. Você utiliza os terminais de auto atendimento?

2701. Sim
2702. Não

28. Que benefícios eles trazem?

2801. Rapidez
2802. Segurança
2803. Comodidade
2804. Qualidade
2805. Outros, citar.....

29. Quando utiliza os serviços de auto atendimento e não realiza suas operações, como reage?

2901. Pede ajuda a um funcionário
2902. Pede ajuda a qualquer pessoa
2903. Fica desesperado
2904. Não realiza suas operações
2905. Jamais utiliza esse serviço

30. Sente-se satisfeito com o atendimento das lojas comerciais?

3001. Sim
3002. Não

31. Caso afirmativo, porque?

3101. Rapidez na entrega
3102. Produtos de qualidade
3103. Conhecimento sobre o produto
3104. Bom atendimento
3105. Outros

32. Em caso negativo, justifique.

3201. Mau atendimento
3202. Falta de produtos
3203. Poucos funcionários
3204. Demora na entrega dos produtos
3205. Falta de conhecimento do produto
3206. Outros

33. Os funcionários que trabalham com clientes atendem com eficácia?

3301. Sim
3302. Não

34. Caso negativo. Enumere-os conforme sua importância

3401. Falta de capacitação
3402. Falta de acompanhamento gerencial
3403. Falta de incentivo
3404. Desvalorização por parte da empresa
3405. Descomprometimento dos funcionários
3406. Ambiente tenso

35. Os produtos adquiridos em nossos estabelecimentos comerciais você considera?

3501. Bom
3502. Regular
3503. Ruim
3504. Muito bom

36. Como analisa o desenvolvimento da empresa com relação a comunidade?

3601. Bom
3602. Regular
3603. Ruim
3604. Ótimo
3605. Não sabe

37. Caso esteja satisfeito, justifique.

3701. Participação em eventos esportivos
3702. Participação em eventos culturais
3703. Participação em eventos festivos
3704. Fazendo doações
3705. Criação de novos empregos
3706. Outros

38. Caso não esteja satisfeito, justifique, como podemos melhorar?

3801. Fazendo promoções
3802. Melhorando o atendimento
3803. Melhorando as formas de pagamento
3804. Ampliando o número de empregos
3805. Outros, quais.....

39. Enquanto espera para ser atendido, funcionário ou gerente se preocupa com você perguntando?

3901. O que deseja
3902. Em que posso ajudá-lo
3903. Já foi atendido
3904. Aceita um cafézinho
3905. Fique a vontade

40. Que nota você daria a esta empresa?

4001. 0 a 2
4002. 3 a 5
4003. 6 a 8
4004. 9 a 10

23. Você acha que os funcionários dos Bancos são bem treinados?

2301. Sim
2302. Não

24. Em caso negativo, justifique.

2401. Mais treinamentos
2402. Rodizio de funções
2403. Conhecimento de serviços oferecidos
2404. Relacionamento com os clientes

25. Em quantos Bancos você tem conta? Enumere-os.

2501. Banco da Amazônia S/A
2502. Banco do Brasil
2503. Caixa Econômica
2504. Banco do Bradesco

26. Qual a relação de atendimento entre os Bancos da praça?

2601. Ruim
2602. Regular
2603. Bom
2604. Excelente
2605. Péssimo

27. Você utiliza os terminais de auto atendimento?

2701. Sim
2702. Não

28. Que benefícios eles trazem?

2801. Rapidez
2802. Segurança
2803. Comodidade
2804. Qualidade
2805. Outros, citar.....

29. Quando utiliza os serviços de auto atendimento e não realiza suas operações, como reage?

2901. Pede ajuda a um funcionário
2902. Pede ajuda a qualquer pessoa
2903. Fica desesperado
2904. Não realiza suas operações
2905. Jamais utiliza esse serviço

30. Sente-se satisfeito com o atendimento das lojas comerciais?

3001. Sim
3002. Não

31. Caso afirmativo, porque?

3101. Rapidez na entrega
3102. Produtos de qualidade
3103. Conhecimento sobre o produto
3104. Bom atendimento
3105. Outros

32. Em caso negativo, justifique.

3201. Mau atendimento
3202. Falta de produtos
3203. Poucos funcionários
3204. Demora na entrega dos produtos
3205. Falta de conhecimento do produto
3206. Outros

33. Os funcionários que trabalham com clientes atendem com eficácia?

3301. Sim
3302. Não

34. Caso negativo. Enumere-os conforme sua importância

3401. Falta de capacitação
3402. Falta de acompanhamento gerencial
3403. Falta de incentivo
3404. Desvalorização por parte da empresa
3405. Descomprometimento dos funcionários
3406. Ambiente tenso

35. Os produtos adquiridos em nossos estabelecimentos comerciais você considera?

3501. Bom
3502. Regular
3503. Ruim
3504. Muito bom

36. Como analisa o desenvolvimento da empresa com relação a comunidade?

3601. Bom
3602. Regular
3603. Ruim
3604. Ótimo
3605. Não sabe

37. Caso esteja satisfeito, justifique.

3701. Participação em eventos esportivos
3702. Participação em eventos culturais
3703. Participação em eventos festivos
3704. Fazendo doações
3705. Criação de novos empregos
3706. Outros

38. Caso não esteja satisfeito, justifique, como podemos melhorar?

3801. Fazendo promoções
3802. Melhorando o atendimento
3803. Melhorando as formas de pagamento
3804. Ampliando o número de empregos
3805. Outros, quais.....

39. Enquanto espera para ser atendido, funcionário ou gerente se preocupa com você perguntando?

3901. O que deseja
3902. Em que posso ajudá-lo
3903. Já foi atendido
3904. Aceita um cafézinho
3905. Fique a vontade

40. Que nota você daria a esta empresa?

4001. 0 a 2
4002. 3 a 5
4003. 6 a 8
4004. 9 a 10

QUESTIONÁRIO PARA CLIENTES

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, com o objetivo de incentivar os funcionários e aperfeiçoar o nível de qualidade dos serviços e dos profissionais no mercado de trabalho. Para que todos os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo de forma clara e objetiva o presente questionário.

OBS. - Não é necessário se identificar

- Marque quantas opções julgar necessárias em cada quesito
- Favor devolvê-lo até: / /

<p>01. Sexo ? 0101. <input type="checkbox"/> Masculino 0102. <input checked="" type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02. Idade ? 0201. <input type="checkbox"/> Até 18 anos 0202. <input type="checkbox"/> 19 a 29 anos 0203. <input checked="" type="checkbox"/> 30 a 45 anos 0204. <input type="checkbox"/> Acima de 46 anos</p> <p>03 Estado Civil 0301. <input checked="" type="checkbox"/> Solteiro (a) 0302. <input type="checkbox"/> Casado (a) 0303. <input type="checkbox"/> Separado (a) 0304. <input type="checkbox"/> Viúvo (a)</p> <p>04. Qual o seu nível de escolaridade ? 0401. <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental incompleto 0402. <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental completo 0403. <input type="checkbox"/> Ensino Médio incompleto 0404. <input type="checkbox"/> Ensino Médio completo 0405. <input checked="" type="checkbox"/> Superior incompleto 0406. <input type="checkbox"/> Superior completo</p> <p>05. Você mora em casa: 0501. <input type="checkbox"/> Alugada 0502. <input checked="" type="checkbox"/> Própria 0503. <input type="checkbox"/> Favor 0504. <input type="checkbox"/> Outros, exemplifique.....</p> <p>06. Você trabalha ? 0601. <input checked="" type="checkbox"/> Sim 0602. <input type="checkbox"/> Não</p> <p>07. Qual a sua profissão ? 0701. <input type="checkbox"/> Bancário 0702. <input type="checkbox"/> Empresário 0703. <input type="checkbox"/> Vendedor 0704. <input type="checkbox"/> Recepcionista 0705. <input type="checkbox"/> Digitador 0706. <input type="checkbox"/> Comércio Informal (camelô) 0707. <input checked="" type="checkbox"/> Outro, qual... <i>Secretaria</i></p> <p>08. Qual a sua classe social? 0801. <input type="checkbox"/> Baixa 0802. <input checked="" type="checkbox"/> Média baixa 0803. <input type="checkbox"/> Média alta 0804. <input type="checkbox"/> Alta</p>	<p>09. Qual a sua renda mensal? 0901. <input type="checkbox"/> Um salário mínimo 0902. <input checked="" type="checkbox"/> De 02 a 05 salários mínimo 0903. <input type="checkbox"/> De 06 a 10 salários mínimo 0904. <input type="checkbox"/> Acima de 10 salários mínimo</p> <p>10. Você é cliente? 1001. <input type="checkbox"/> Banco da Amazônia S/A 1002. <input checked="" type="checkbox"/> Comercial Brasillojas 1003. <input type="checkbox"/> Lojas Lar Center</p> <p>11. Que tipo de eletrodoméstico você possui? Enumere-os. 1101. <input checked="" type="checkbox"/> Televisão 1102. <input checked="" type="checkbox"/> Computador 1103. <input checked="" type="checkbox"/> Geladeira 1104. <input type="checkbox"/> Microondas 1105. <input checked="" type="checkbox"/> Ventilador 1106. <input type="checkbox"/> Outros, quais?</p> <p>12. Geralmente compra móveis e eletrodomésticos ? 1201. <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1202. <input type="checkbox"/> Não</p> <p>13. O que gosta de ver em uma loja? 1301. <input type="checkbox"/> Organização dos produtos 1302. <input type="checkbox"/> Quantidade de produtos 1303. <input checked="" type="checkbox"/> Qualidade no atendimento 1304. <input type="checkbox"/> Tipos de pagamentos 1305. <input type="checkbox"/> Relacionamento interno 1306. <input checked="" type="checkbox"/> Higiene do local</p> <p>14. O que faz você comprar um produto em determinada loja ? 1401. <input checked="" type="checkbox"/> O tratamento que recebe 1402. <input type="checkbox"/> A amizade com funcionário da loja 1403. <input type="checkbox"/> Espírito de equipe dos funcionários 1404. <input type="checkbox"/> Um ambiente agradável 1405. <input type="checkbox"/> Disponibilidade de produtos e serviços 1406. <input checked="" type="checkbox"/> Os preços baixos 1407. <input type="checkbox"/> Outros, quais?</p> <p>15. O que leva você a verificar as promoções na loja? 1501. <input type="checkbox"/> Anúncios na TV 1502. <input type="checkbox"/> Anúncios na rádio 1503. <input type="checkbox"/> Folhetos 1504. <input checked="" type="checkbox"/> Carros de Som 1505. <input type="checkbox"/> Influência de outras pessoas</p>	<p>16. Com relação a entrega de produtos qual o seu grau de satisfação? 1601. <input checked="" type="checkbox"/> Bom 1602. <input type="checkbox"/> Regular 1603. <input type="checkbox"/> Ruim 1604. <input type="checkbox"/> Muito Bom</p> <p>17. Caso negativo, determine o tempo. 1701. <input type="checkbox"/> 01 dia 1702. <input type="checkbox"/> 02 a 06 dias 1703. <input type="checkbox"/> 07 a 15 dias 1704. <input type="checkbox"/> mais de 15 dias</p> <p>18. Você já adquiriu algum produto em nossas lojas? 1801. <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1802. <input type="checkbox"/> Não 1803. <input type="checkbox"/> Algumas vezes</p> <p>19. Qual a qualidade dos nossos produtos? 1901. <input checked="" type="checkbox"/> Bom 1902. <input type="checkbox"/> Regular 1903. <input type="checkbox"/> Ruim 1904. <input type="checkbox"/> Muito bom 1905. <input type="checkbox"/> Não observa 1906. <input type="checkbox"/> Não sabe</p> <p>20. Quando você chega ao Banco, que impressão tem daquele ambiente? 2001. <input checked="" type="checkbox"/> Acha bonito 2002. <input type="checkbox"/> Deseja trabalhar naquela repartição 2003. <input type="checkbox"/> Conversa com os funcionários 2004. <input type="checkbox"/> Pensa que não vai ser bem atendido 2005. <input type="checkbox"/> Procura o gerente</p> <p>21. Ao se deparar com enormes filas, que atitude toma para não enfrentá-las? 2101. <input type="checkbox"/> Pedir para alguém ceder o lugar 2102. <input type="checkbox"/> Não admite aquela situação 2103. <input checked="" type="checkbox"/> Sente-se constrangido por esperar 2104. <input type="checkbox"/> Aceita com naturalidade</p> <p>22. Alguma vez já foi tratado com desrespeito por funcionários de Banco? 2201. <input type="checkbox"/> Porque precisou de um empréstimo 2202. <input type="checkbox"/> Reclamou das filas 2203. <input type="checkbox"/> Furou a fila 2204. <input type="checkbox"/> Fez pagamento para outras pessoas 2205. <input checked="" type="checkbox"/> Por não saber com quem falar</p>
--	--	--

23. Você acha que os funcionários dos Bancos são bem treinados?

2301. Sim
2302. Não

24. Em caso negativo, justifique.

2401. Mais treinamentos
2402. Rodizio de funções
2403. Conhecimento de serviços oferecidos
2404. Relacionamento com os clientes

25. Em quantos Bancos você tem conta? Enumere-os.

2501. Banco da Amazônia S/A
2502. Banco do Brasil
2503. Caixa Econômica
2504. Banco do Bradesco

26. Qual a relação de atendimento entre os Bancos da praça?

2601. Ruim
2602. Regular
2603. Bom
2604. Excelente
2605. Péssimo

27. Você utiliza os terminais de auto atendimento?

2701. Sim
2702. Não

28. Que benefícios eles trazem?

2801. Rapidez
2802. Segurança
2803. Comodidade
2804. Qualidade
2805. Outros, citar.....

29. Quando utiliza os serviços de auto atendimento e não realiza suas operações, como reage?

2901. Pede ajuda a um funcionário
2902. Pede ajuda a qualquer pessoa
2903. Fica desesperado
2904. Não realiza suas operações
2905. Jamais utiliza esse serviço

30. Sente-se satisfeito com o atendimento das lojas comerciais?

3001. Sim
3002. Não

31. Caso afirmativo, porque?

3101. Rapidez na entrega
3102. Produtos de qualidade
3103. Conhecimento sobre o produto
3104. Bom atendimento
3105. Outros

32. Em caso negativo, justifique.

3201. Mau atendimento
3202. Falta de produtos
3203. Poucos funcionários
3204. Demora na entrega dos produtos
3205. Falta de conhecimento do produto
3206. Outros

33. Os funcionários que trabalham com clientes atendem com eficácia?

3301. Sim
3302. Não

34. Caso negativo. Enumere-os conforme sua importância

3401. Falta de capacitação
3402. Falta de acompanhamento gerencial
3403. Falta de incentivo
3404. Desvalorização por parte da empresa
3405. Descomprometimento dos funcionários
3406. Ambiente tenso

35. Os produtos adquiridos em nossos estabelecimentos comerciais você considera?

3501. Bom
3502. Regular
3503. Ruim
3504. Muito bom

36. Como analisa o desenvolvimento da empresa com relação a comunidade?

3601. Bom
3602. Regular
3603. Ruim
3604. Ótimo
3605. Não sabe

37. Caso esteja satisfeito, justifique.

3701. Participação em eventos esportivos
3702. Participação em eventos culturais
3703. Participação em eventos festivos
3704. Fazendo doações
3705. Criação de novos empregos
3706. Outros

38. Caso não esteja satisfeito, justifique, como podemos melhorar?

3801. Fazendo promoções
3802. Melhorando o atendimento
3803. Melhorando as formas de pagamento
3804. Ampliando o número de empregos
3805. Outros, quais.....

39. Enquanto espera para ser atendido, funcionário ou gerente se preocupa com você perguntando?

3901. O que deseja
3902. Em que posso ajudá-lo
3903. Já foi atendido
3904. Aceita um cafézinho
3905. Fique a vontade

40. Que nota você daria a esta empresa?

4001. 0 a 2
4002. 3 a 5
4003. 6 a 8
4004. 9 a 10

QUESTIONÁRIO PARA CLIENTES

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, com o objetivo de incentivar os funcionários e aperfeiçoar o nível de qualidade dos serviços e dos profissionais no mercado de trabalho. Para que todo os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo de forma clara e objetiva o presente questionário.

OBS. - Não é necessário se identificar

- Marque quantas opções julgar necessárias em cada quesito

- Favor devolvê-lo até: / /

01. Sexo ?
0101. Masculino
0102. Feminino
02. Idade?
0201. Até 18 anos
0202. 19 a 29 anos
0203. 30 a 45 anos
0204. Acima de 46 anos
- 03 Estado Civil
0301. Solteiro (a)
0302. Casado (a)
0303. Separado (a)
0304. Viúvo (a)
04. Qual o seu nível de escolaridade?
0401. Ensino Fundamental incompleto
0402. Ensino Fundamental completo
0403. Ensino Médio incompleto
0404. Ensino Médio completo
0405. Superior incompleto
0406. Superior completo
05. Você mora em casa:
0501. Alugada
0502. Própria
0503. Favor
0504. Outros, exemplifique.....
06. Você trabalha?
0601. Sim
0602. Não
07. Qual a sua profissão?
0701. Bancário
0702. Empresário
0703. Vendedor
0704. Recepcionista
0705. Digitador
0706. Comércio Informal (camelô)
0707. Outro, qual.....
08. Qual a sua classe social?
0801. Baixa
0802. Média baixa
0803. Média alta
0804. Alta
09. Qual a sua renda mensal?
0901. Um salário mínimo
0902. De 02 a 05 salários mínimo
0903. De 06 a 10 salários mínimo
0904. Acima de 10 salários mínimo
10. Você é cliente?
1001. Banco da Amazônia S/A
1002. Comercial Brasillojas
1003. Lojas Lar Center
11. Que tipo de eletrodoméstico você possui? Enumere-os.
1101. Televisão
1102. Computador
1103. Geladeira
1104. Microondas
1105. Ventilador
1106. Outros, quais?
12. Geralmente compra móveis e eletrodomésticos?
1201. Sim
1202. Não
13. O que gosta de ver em uma loja?
1301. Organização dos produtos
1302. Quantidade de produtos
1303. Qualidade no atendimento
1304. Tipos de pagamentos
1305. Relacionamento interno
1306. Higiene do local
14. O que faz você comprar um produto em determinada loja ?
1401. O tratamento que recebe
1402. A amizade com funcionário da loja
1403. Espírito de equipe dos funcionários
1404. Um ambiente agradável
1405. Disponibilidade de produtos e serviços
1406. Os preços baixos
1407. Outros, quais?
15. O que leva você a verificar as promoções na loja?
1501. Anúncios na TV
1502. Anúncios na rádio
1503. Folhetos
1504. Carros de Som
1505. Influência de outras pessoas
16. Com relação a entrega de produtos qual o seu grau de satisfação?
1601. Bom
1602. Regular
1603. Ruim
1604. Muito Bom
17. Caso negativo, determine o tempo.
1701. 01 dia
1702. 02 a 06 dias
1703. 07 a 15 dias
1704. Mais de 15 dias
18. Você já adquiriu algum produto em nossas lojas?
1801. Sim
1802. Não
1803. Algumas vezes
19. Qual a qualidade dos nossos produtos?
1901. Bom
1902. Regular
1903. Ruim
1904. Muito bom
1905. Não observa
1906. Não sabe
20. Quando você chega ao Banco, que impressão tem daquele ambiente?
2001. Acha bonito
2002. Deseja trabalhar naquela repartição
2003. Conversa com os funcionários
2004. Pensa que não vai ser bem atendido
2005. Procura o gerente
21. Ao se deparar com enormes filas, que atitude toma para não enfrentá-las?
2101. Pede para alguém ceder o lugar
2102. Não admite aquela situação
2103. Sente-se constrangido por esperar
2104. Aceita com naturalidade
22. Alguma vez já foi tratado com desrespeito por funcionários de Banco?
2201. Porque precisou de um empréstimo
2202. Reclamou das filas
2203. Furou a fila
2204. Fez pagamento para outras pessoas
2205. Por não saber com quem falar

23. Você acha que os funcionários dos Bancos são bem treinados?

2301. Sim
2302. Não

24. Em caso negativo, justifique.

2401. Mais treinamentos
2402. Rodizio de funções
2403. Conhecimento de serviços oferecidos
2404. Relacionamento com os clientes

25. Em quantos Bancos você tem conta? Enumere-os.

2501. Banco da Amazônia S/A
2502. Banco do Brasil
2503. Caixa Econômica
2504. Banco do Bradesco

26. Qual a relação de atendimento entre os Bancos da praça?

2601. Ruim
2602. Regular
2603. Bom
2604. Excelente
2605. Péssimo

27. Você utiliza os terminais de auto atendimento?

2701. Sim
2702. Não

28. Que benefícios eles trazem?

2801. Rapidez
2802. Segurança
2803. Comodidade
2804. Qualidade
2805. Outros, citar.....

29. Quando utiliza os serviços de auto atendimento e não realiza suas operações, como reage?

2901. Pede ajuda a um funcionário
2902. Pede ajuda a qualquer pessoa
2903. Fica desesperado
2904. Não realiza suas operações
2905. Jamais utiliza esse serviço

30. Sente-se satisfeito com o atendimento das lojas comerciais?

3001. Sim
3002. Não

31. Caso afirmativo, porque?

3101. Rapidez na entrega
3102. Produtos de qualidade
3103. Conhecimento sobre o produto
3104. Bom atendimento
3105. Outros

32. Em caso negativo, justifique.

3201. Mau atendimento
3202. Falta de produtos
3203. Poucos funcionários
3204. Demora na entrega dos produtos
3205. Falta de conhecimento do produto
3206. Outros

33. Os funcionários que trabalham com clientes atendem com eficácia?

3301. Sim
3302. Não

34. Caso negativo. Enumere-os conforme sua importância

3401. Falta de capacitação
3402. Falta de acompanhamento gerencial
3403. Falta de incentivo
3404. Desvalorização por parte da empresa
3405. Descomprometimento dos funcionários
3406. Ambiente tenso

35. Os produtos adquiridos em nossos estabelecimentos comerciais você considera?

3501. Bom
3502. Regular
3503. Ruim
3504. Muito bom

36. Como analisa o desenvolvimento da empresa com relação a comunidade?

3601. Bom
3602. Regular
3603. Ruim
3604. Ótimo
3605. Não sabe

37. Caso esteja satisfeito, justifique.

3701. Participação em eventos esportivos
3702. Participação em eventos culturais
3703. Participação em eventos festivos
3704. Fazendo doações
3705. Criação de novos empregos
3706. Outros

38. Caso não esteja satisfeito, justifique, como podemos melhorar?

3801. Fazendo promoções
3802. Melhorando o atendimento
3803. Melhorando as formas de pagamento
3804. Ampliando o número de empregos
3805. Outros, quais.....

39. Enquanto espera para ser atendido, funcionário ou gerente se preocupa com você perguntando?

3901. O que deseja
3902. Em que posso ajudá-lo
3903. Já foi atendido
3904. Aceita um cafézinho
3905. Fique a vontade

40. Que nota você daria a esta empresa?

4001. 0 a 2
4002. 3 a 5
4003. 6 a 8
4004. 9 a 10

QUESTIONÁRIO PARA CLIENTES

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, com o objetivo de incentivar os funcionários e aperfeiçoar o nível de qualidade dos serviços e dos profissionais no mercado de trabalho. Para que todo os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo de forma clara e objetiva o presente questionário.

OBS. - Não é necessário se identificar

- Marque quantas opções julgar necessárias em cada quesito

- Favor devolvê-lo até: ____ / ____ / ____.

<p>01. Sexo ? 0101. <input checked="" type="checkbox"/> Masculino 0102. <input type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02. Idade? 0201. <input type="checkbox"/> Até 18 anos 0202. <input checked="" type="checkbox"/> 19 a 29 anos 0203. <input type="checkbox"/> 30 a 45 anos 0204. <input type="checkbox"/> Acima de 46 anos</p> <p>03 Estado Civil 0301. <input checked="" type="checkbox"/> Solteiro (a) 0302. <input type="checkbox"/> Casado (a) 0303. <input type="checkbox"/> Separado (a) 0304. <input type="checkbox"/> Viúvo (a)</p> <p>04. Qual o seu nível de escolaridade? 0401. <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental incompleto 0402. <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental completo 0403. <input type="checkbox"/> Ensino Médio incompleto 0404. <input checked="" type="checkbox"/> Ensino Médio completo 0405. <input type="checkbox"/> Superior incompleto 0406. <input type="checkbox"/> Superior completo</p> <p>05. Você mora em casa: 0501. <input type="checkbox"/> Alugada 0502. <input checked="" type="checkbox"/> Própria 0503. <input type="checkbox"/> Favor 0504. <input type="checkbox"/> Outros, exemplifique.....</p> <p>06. Você trabalha? 0601. <input checked="" type="checkbox"/> Sim 0602. <input type="checkbox"/> Não</p> <p>07. Qual a sua profissão? 0701. <input type="checkbox"/> Bancário 0702. <input type="checkbox"/> Empresário 0703. <input type="checkbox"/> Vendedor 0704. <input type="checkbox"/> Recepcionista 0705. <input type="checkbox"/> Digitador 0706. <input type="checkbox"/> Comércio Informal (camelô) 0707. <input type="checkbox"/> Outro, qual.....</p> <p>08. Qual a sua classe social? 0801. <input type="checkbox"/> Baixa 0802. <input checked="" type="checkbox"/> Média baixa 0803. <input type="checkbox"/> Média alta 0804. <input type="checkbox"/> Alta</p>	<p>09. Qual a sua renda mensal? 0901. <input checked="" type="checkbox"/> Um salário mínimo 0902. <input type="checkbox"/> De 02 a 05 salários mínimo 0903. <input type="checkbox"/> De 06 a 10 salários mínimo 0904. <input type="checkbox"/> Acima de 10 salários mínimo</p> <p>10. Você é cliente? 1001. <input type="checkbox"/> Banco da Amazônia S/A 1002. <input checked="" type="checkbox"/> Comercial Brasillojas 1003. <input type="checkbox"/> Lojas Lar Center</p> <p>11. Que tipo de eletrodoméstico você possui? Enumere-os. 1101. <input checked="" type="checkbox"/> Televisão 1102. <input type="checkbox"/> Computador 1103. <input type="checkbox"/> Geladeira 1104. <input type="checkbox"/> Microondas 1105. <input type="checkbox"/> Ventilador 1106. <input type="checkbox"/> Outros, quais?</p> <p>12. Geralmente compra móveis e eletrodomésticos? 1201. <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1202. <input type="checkbox"/> Não</p> <p>13. O que gosta de ver em uma loja? 1301. <input type="checkbox"/> Organização dos produtos 1302. <input type="checkbox"/> Quantidade de produtos 1303. <input checked="" type="checkbox"/> Qualidade no atendimento 1304. <input type="checkbox"/> Tipos de pagamentos 1305. <input type="checkbox"/> Relacionamento interno 1306. <input type="checkbox"/> Higiene do local</p> <p>14. O que faz você comprar um produto em determinada loja ? 1401. <input type="checkbox"/> O tratamento que recebe 1402. <input type="checkbox"/> A amizade com funcionário da loja 1403. <input type="checkbox"/> Espírito de equipe dos funcionários 1404. <input type="checkbox"/> Um ambiente agradável 1405. <input checked="" type="checkbox"/> Disponibilidade de produtos e serviços 1406. <input type="checkbox"/> Os preços baixos 1407. <input type="checkbox"/> Outros, quais?</p> <p>15. O que leva você a verificar as promoções na loja? 1501. <input checked="" type="checkbox"/> Anúncios na TV 1502. <input type="checkbox"/> Anúncios na rádio 1503. <input type="checkbox"/> Folhetos 1504. <input type="checkbox"/> Carros de Som 1505. <input type="checkbox"/> Influência de outras pessoas</p>	<p>16. Com relação a entrega de produtos qual o seu grau de satisfação? 1601. <input checked="" type="checkbox"/> Bom 1602. <input type="checkbox"/> Regular 1603. <input type="checkbox"/> Ruim 1604. <input type="checkbox"/> Muito Bom</p> <p>17. Caso negativo, determine o tempo. 1701. <input type="checkbox"/> 01 dia 1702. <input type="checkbox"/> 02 a 06 dias 1703. <input type="checkbox"/> 07 a 15 dias 1704. <input type="checkbox"/> Mais de 15 dias</p> <p>18. Você já adquiriu algum produto em nossas lojas? 1801. <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1802. <input type="checkbox"/> Não 1803. <input type="checkbox"/> Algumas vezes</p> <p>19. Qual a qualidade dos nossos produtos? 1901. <input type="checkbox"/> Bom 1902. <input type="checkbox"/> Regular 1903. <input type="checkbox"/> Ruim 1904. <input checked="" type="checkbox"/> Muito bom 1905. <input type="checkbox"/> Não observa 1906. <input type="checkbox"/> Não sabe</p> <p>20. Quando você chega ao Banco, que impressão tem daquele ambiente? 2001. <input type="checkbox"/> Acha bonito 2002. <input type="checkbox"/> Deseja trabalhar naquela repartição 2003. <input checked="" type="checkbox"/> Conversa com os funcionários 2004. <input type="checkbox"/> Pensa que não vai ser bem atendido 2005. <input type="checkbox"/> Procura o gerente</p> <p>21. Ao se deparar com enormes filas, que atitude toma para não enfrentá-las? 2101. <input type="checkbox"/> Pede para alguém ceder o lugar 2102. <input type="checkbox"/> Não admite aquela situação 2103. <input checked="" type="checkbox"/> Sente-se constrangido por esperar 2104. <input type="checkbox"/> Aceita com naturalidade</p> <p>22. Alguma vez já foi tratado com desrespeito por funcionários de Banco? 2201. <input type="checkbox"/> Porque precisou de um empréstimo 2202. <input type="checkbox"/> Reclamou das filas 2203. <input type="checkbox"/> Furo a fila 2204. <input checked="" type="checkbox"/> Fez pagamento para outras pessoas 2205. <input type="checkbox"/> Por não saber com quem falar</p>
---	--	--

23. Você acha que os funcionários dos Bancos são bem treinados?

2301. Sim
2302. Não

24. Em caso negativo, justifique.

2401. Mais treinamentos
2402. Rodizio de funções
2403. Conhecimento de serviços oferecidos
2404. Relacionamento com os clientes

25. Em quantos Bancos você tem conta? Enumere-os.

2501. Banco da Amazônia S/A
2502. Banco do Brasil
2503. Caixa Econômica
2504. Banco do Bradesco

26. Qual a relação de atendimento entre os Bancos da praça?

2601. Ruim
2602. Regular
2603. Bom
2604. Excelente
2605. Péssimo

27. Você utiliza os terminais de auto atendimento?

2701. Sim
2702. Não

28. Que benefícios eles trazem?

2801. Rapidez
2802. Segurança
2803. Comodidade
2804. Qualidade
2805. Outros, citar.....

29. Quando utiliza os serviços de auto atendimento e não realiza suas operações, como reage?

2901. Pede ajuda a um funcionário
2902. Pede ajuda a qualquer pessoa
2903. Fica desesperado
2904. Não realiza suas operações
2905. Jamais utiliza esse serviço

30. Sente-se satisfeito com o atendimento das lojas comerciais?

3001. Sim
3002. Não

31. Caso afirmativo, porque?

3101. Rapidez na entrega
3102. Produtos de qualidade
3103. Conhecimento sobre o produto
3104. Bom atendimento
3105. Outros

32. Em caso negativo, justifique.

3201. Mau atendimento
3202. Falta de produtos
3203. Poucos funcionários
3204. Demora na entrega dos produtos
3205. Falta de conhecimento do produto
3206. Outros

33. Os funcionários que trabalham com clientes atendem com eficácia?

3301. Sim
3302. Não

34. Caso negativo. Enumere-os conforme sua importância

3401. Falta de capacitação
3402. Falta de acompanhamento gerencial
3403. Falta de incentivo
3404. Desvalorização por parte da empresa
3405. Descomprometimento dos funcionários
3406. Ambiente tenso

35. Os produtos adquiridos em nossos estabelecimentos comerciais você considera?

3501. Bom
3502. Regular
3503. Ruim
3504. Muito bom

36. Como analisa o desenvolvimento da empresa com relação a comunidade?

3601. Bom
3602. Regular
3603. Ruim
3604. Ótimo
3605. Não sabe

37. Caso esteja satisfeito, justifique.

3701. Participação em eventos esportivos
3702. Participação em eventos culturais
3703. Participação em eventos festivos
3704. Fazendo doações
3705. Criação de novos empregos
3706. Outros

38. Caso não esteja satisfeito, justifique, como podemos melhorar?

3801. Fazendo promoções
3802. Melhorando o atendimento
3803. Melhorando as formas de pagamento
3804. Ampliando o número de empregos
3805. Outros, quais.....

39. Enquanto espera para ser atendido, funcionário ou gerente se preocupa com você perguntando?

3901. O que deseja
3902. Em que posso ajudá-lo
3903. Já foi atendido
3904. Aceita um cafézinho
3905. Fique a vontade

40. Que nota você daria a esta empresa?

4001. 0 a 2
4002. 3 a 5
4003. 6 a 8
4004. 9 a 10

QUESTIONÁRIO PARA CLIENTES

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, com o objetivo de incentivar os funcionários e aperfeiçoar o nível de qualidade dos serviços e dos profissionais no mercado de trabalho. Para que todos os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo de forma clara e objetiva o presente questionário.

OBS. - Não é necessário se identificar

- Marque quantas opções julgar necessárias em cada quesito
- Favor devolvê-lo até: ____ / ____ / ____

<p>01. Sexo ? 0101. <input type="checkbox"/> Masculino 0102. <input checked="" type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02. Idade? 0201. <input type="checkbox"/> Até 18 anos 0202. <input checked="" type="checkbox"/> 19 a 29 anos 0203. <input type="checkbox"/> 30 a 45 anos 0204. <input type="checkbox"/> Acima de 46 anos</p> <p>03 Estado Civil 0301. <input checked="" type="checkbox"/> Solteiro (a) 0302. <input type="checkbox"/> Casado (a) 0303. <input type="checkbox"/> Separado (a) 0304. <input type="checkbox"/> Viúvo (a)</p> <p>04. Qual o seu nível de escolaridade? 0401. <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental incompleto 0402. <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental completo 0403. <input type="checkbox"/> Ensino Médio incompleto 0404. <input checked="" type="checkbox"/> Ensino Médio completo 0405. <input type="checkbox"/> Superior incompleto 0406. <input type="checkbox"/> Superior completo</p> <p>05. Você mora em casa: 0501. <input type="checkbox"/> Alugada 0502. <input checked="" type="checkbox"/> Própria 0503. <input type="checkbox"/> Favor 0504. <input type="checkbox"/> Outros, exemplifique.....</p> <p>06. Você trabalha? 0601. <input checked="" type="checkbox"/> Sim 0602. <input type="checkbox"/> Não</p> <p>07. Qual a sua profissão? 0701. <input type="checkbox"/> Bancário 0702. <input type="checkbox"/> Empresário 0703. <input checked="" type="checkbox"/> Vendedor 0704. <input type="checkbox"/> Recepcionista 0705. <input type="checkbox"/> Digitador 0706. <input type="checkbox"/> Comércio Informal (camelô) 0707. <input type="checkbox"/> Outro, qual.....</p> <p>08. Qual a sua classe social? 0801. <input type="checkbox"/> Baixa 0802. <input checked="" type="checkbox"/> Média baixa 0803. <input type="checkbox"/> Média alta 0804. <input type="checkbox"/> Alta</p>	<p>09. Qual a sua renda mensal? 0901. <input type="checkbox"/> Um salário mínimo 0902. <input checked="" type="checkbox"/> De 02 a 05 salários mínimo 0903. <input type="checkbox"/> De 06 a 10 salários mínimo 0904. <input type="checkbox"/> Acima de 10 salários mínimo</p> <p>10. Você é cliente? 1001. <input type="checkbox"/> Banco da Amazônia S/A 1002. <input checked="" type="checkbox"/> Comercial Brasillojas 1003. <input type="checkbox"/> Lojas Lar Center</p> <p>11. Que tipo de eletrodoméstico você possui? Enumere-os. 1101. <input checked="" type="checkbox"/> Televisão 1102. <input type="checkbox"/> Computador 1103. <input checked="" type="checkbox"/> Geladeira 1104. <input type="checkbox"/> Microondas 1105. <input checked="" type="checkbox"/> Ventilador 1106. <input type="checkbox"/> Outros, quais?</p> <p>12. Geralmente compra móveis e eletrodomésticos? 1201. <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1202. <input type="checkbox"/> Não</p> <p>13. O que gosta de ver em uma loja? 1301. <input checked="" type="checkbox"/> Organização dos produtos 1302. <input type="checkbox"/> Quantidade de produtos 1303. <input checked="" type="checkbox"/> Qualidade no atendimento 1304. <input checked="" type="checkbox"/> Tipos de pagamentos 1305. <input type="checkbox"/> Relacionamento interno 1306. <input type="checkbox"/> Higiene do local</p> <p>14. O que faz você comprar um produto em determinada loja ? 1401. <input checked="" type="checkbox"/> O tratamento que recebe 1402. <input type="checkbox"/> A amizade com funcionário da loja 1403. <input type="checkbox"/> Espírito de equipe dos funcionários 1404. <input type="checkbox"/> Um ambiente agradável 1405. <input type="checkbox"/> Disponibilidade de produtos e serviços 1406. <input type="checkbox"/> Os preços baixos 1407. <input type="checkbox"/> Outros, quais?</p> <p>15. O que leva você a verificar as promoções na loja? 1501. <input checked="" type="checkbox"/> Anúncios na TV 1502. <input type="checkbox"/> Anúncios na rádio 1503. <input checked="" type="checkbox"/> Folhetos 1504. <input type="checkbox"/> Carros de Som 1505. <input type="checkbox"/> Influência de outras pessoas</p>	<p>16. Com relação a entrega de produtos qual o seu grau de satisfação? 1601. <input checked="" type="checkbox"/> Bom 1602. <input type="checkbox"/> Regular 1603. <input type="checkbox"/> Ruim 1604. <input type="checkbox"/> Muito Bom</p> <p>17. Caso negativo, determine o tempo. 1701. <input type="checkbox"/> 01 dia 1702. <input type="checkbox"/> 02 a 06 dias 1703. <input type="checkbox"/> 07 a 15 dias 1704. <input type="checkbox"/> Mais de 15 dias</p> <p>18. Você já adquiriu algum produto em nossas lojas? 1801. <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1802. <input type="checkbox"/> Não 1803. <input type="checkbox"/> Algumas vezes</p> <p>19. Qual a qualidade dos nossos produtos? 1901. <input checked="" type="checkbox"/> Bom 1902. <input type="checkbox"/> Regular 1903. <input type="checkbox"/> Ruim 1904. <input type="checkbox"/> Muito bom 1905. <input type="checkbox"/> Não observa 1906. <input type="checkbox"/> Não sabe</p> <p>20. Quando você chega ao Banco, que impressão tem daquele ambiente? 2001. <input type="checkbox"/> Acha bonito 2002. <input type="checkbox"/> Deseja trabalhar naquela repartição 2003. <input type="checkbox"/> Conversa com os funcionários 2004. <input checked="" type="checkbox"/> Pensa que não vai ser bem atendido 2005. <input type="checkbox"/> Procura o gerente</p> <p>21. Ao se deparar com enormes filas, que atitude toma para não enfrentá-las? 2101. <input type="checkbox"/> Pedir para alguém ceder o lugar 2102. <input type="checkbox"/> Não admite aquela situação 2103. <input checked="" type="checkbox"/> Sente-se constrangido por esperar 2104. <input type="checkbox"/> Aceita com naturalidade</p> <p>22. Alguma vez já foi tratado com desrespeito por funcionários de Banco? 2201. <input type="checkbox"/> Porque precisou de um empréstimo 2202. <input type="checkbox"/> Reclamou das filas 2203. <input type="checkbox"/> Furou a fila 2204. <input type="checkbox"/> Fez pagamento para outras pessoas 2205. <input checked="" type="checkbox"/> Por não saber com quem falar</p>
--	---	--

23. Você acha que os funcionários dos Bancos são bem treinados?

2301. Sim
2302. Não

24. Em caso negativo, justifique.

2401. Mais treinamentos
2402. Rodizio de funções
2403. Conhecimento de serviços oferecidos
2404. Relacionamento com os clientes

25. Em quantos Bancos você tem conta? Enumere-os.

2501. Banco da Amazônia S/A
2502. Banco do Brasil
2503. Caixa Econômica
2504. Banco do Bradesco

26. Qual a relação de atendimento entre os Bancos da praça?

2601. Ruim
2602. Regular
2603. Bom
2604. Excelente
2605. Péssimo

27. Você utiliza os terminais de auto atendimento?

2701. Sim
2702. Não

28. Que benefícios eles trazem?

2801. Rapidez
2802. Segurança
2803. Comodidade
2804. Qualidade
2805. Outros, citar.....

29. Quando utiliza os serviços de auto atendimento e não realiza suas operações, como reage?

2901. Pede ajuda a um funcionário
2902. Pede ajuda a qualquer pessoa
2903. Fica desesperado
2904. Não realiza suas operações
2905. Jamais utiliza esse serviço

30. Sente-se satisfeito com o atendimento das lojas comerciais?

3001. Sim
3002. Não

31. Caso afirmativo, porque?

3101. Rapidez na entrega
3102. Produtos de qualidade
3103. Conhecimento sobre o produto
3104. Bom atendimento
3105. Outros

32. Em caso negativo, justifique.

3201. Mau atendimento
3202. Falta de produtos
3203. Poucos funcionários
3204. Demora na entrega dos produtos
3205. Falta de conhecimento do produto
3206. Outros

33. Os funcionários que trabalham com clientes atendem com eficácia?

3301. Sim
3302. Não

34. Caso negativo. Enumere-os conforme sua importância

3401. Falta de capacitação
3402. Falta de acompanhamento gerencial
3403. Falta de incentivo
3404. Desvalorização por parte da empresa
3405. Descomprometimento dos funcionários
3406. Ambiente tenso

35. Os produtos adquiridos em nossos estabelecimentos comerciais você considera?

3501. Bom
3502. Regular
3503. Ruim
3504. Muito bom

36. Como analisa o desenvolvimento da empresa com relação a comunidade?

3601. Bom
3602. Regular
3603. Ruim
3604. Ótimo
3605. Não sabe

37. Caso esteja satisfeito, justifique.

3701. Participação em eventos esportivos
3702. Participação em eventos culturais
3703. Participação em eventos festivos
3704. Fazendo doações
3705. Criação de novos empregos
3706. Outros

38. Caso não esteja satisfeito, justifique, como podemos melhorar?

3801. Fazendo promoções
3802. Melhorando o atendimento
3803. Melhorando as formas de pagamento
3804. Ampliando o número de empregos
3805. Outros, quais.....

39. Enquanto espera para ser atendido, funcionário ou gerente se preocupa com você perguntando?

3901. O que deseja
3902. Em que posso ajudá-lo
3903. Já foi atendido
3904. Aceita um cafézinho
3905. Fique a vontade

40. Que nota você daria a esta empresa?

4001. 0 a 2
4002. 3 a 5
4003. 6 a 8
4004. 9 a 10

QUESTIONÁRIO PARA CLIENTES

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, com o objetivo de incentivar os funcionários e aperfeiçoar o nível de qualidade dos serviços e dos profissionais no mercado de trabalho. Para que todo os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo de forma clara e objetiva o presente questionário.

OBS. - Não é necessário se identificar

- Marque quantas opções julgar necessárias em cada quesito

- Favor devolvê-lo até: / /

01. Sexo ?
0101. Masculino
0102. Feminino
02. Idade?
0201. Até 18 anos
0202. 19 a 29 anos
0203. 30 a 45 anos
0204. Acima de 46 anos
- 03 Estado Civil
0301. Solteiro (a)
0302. Casado (a)
0303. Separado (a)
0304. Viúvo (a)
04. Qual o seu nível de escolaridade?
0401. Ensino Fundamental incompleto
0402. Ensino Fundamental completo
0403. Ensino Médio incompleto
0404. Ensino Médio completo
0405. Superior incompleto
0406. Superior completo
05. Você mora em casa:
0501. Alugada
0502. Própria
0503. Favor
0504. Outros, exemplifique.....
06. Você trabalha?
0601. Sim
0602. Não
07. Qual a sua profissão?
0701. Bancário
0702. Empresário
0703. Vendedor
0704. Recepcionista
0705. Digitador
0706. Comércio Informal (camelô)
0707. Outro, qual.....
08. Qual a sua classe social?
0801. Baixa
0802. Média baixa
0803. Média alta
0804. Alta
09. Qual a sua renda mensal?
0901. Um salário mínimo
0902. De 02 a 05 salários mínimo
0903. De 06 a 10 salários mínimo
0904. Acima de 10 salários mínimo
10. Você é cliente?
1001. Banco da Amazônia S/A
1002. Comercial Brasillojas
1003. Lojas Lar Center
11. Que tipo de eletrodoméstico você possui? Enumere-os.
1101. Televisão
1102. Computador
1103. Geladeira
1104. Microondas
1105. Ventilador
1106. Outros, quais?
12. Geralmente compra móveis e eletrodomésticos?
1201. Sim
1202. Não
13. O que gosta de ver em uma loja?
1301. Organização dos produtos
1302. Quantidade de produtos
1303. Qualidade no atendimento
1304. Tipos de pagamentos
1305. Relacionamento interno
1306. Higiene do local
14. O que faz você comprar um produto em determinada loja ?
1401. O tratamento que recebe
1402. A amizade com funcionário da loja
1403. Espírito de equipe dos funcionários
1404. Um ambiente agradável
1405. Disponibilidade de produtos e serviços
1406. Os preços baixos
1407. Outros, quais?
15. O que leva você a verificar as promoções na loja?
1501. Anúncios na TV
1502. Anúncios na rádio
1503. Folhetos
1504. Carros de Som
1505. Influência de outras pessoas
16. Com relação a entrega de produtos qual o seu grau de satisfação?
1601. Bom
1602. Regular
1603. Ruim
1604. Muito Bom
17. Caso negativo, determine o tempo.
1701. 01 dia
1702. 02 a 06 dias
1703. 07 a 15 dias
1704. Mais de 15 dias
18. Você já adquiriu algum produto em nossas lojas?
1801. Sim
1802. Não
1803. Algumas vezes
19. Qual a qualidade dos nossos produtos?
1901. Bom
1902. Regular
1903. Ruim
1904. Muito bom
1905. Não observa
1906. Não sabe
20. Quando você chega ao Banco, que impressão tem daquele ambiente?
2001. Acha bonito
2002. Deseja trabalhar naquela repartição
2003. Conversa com os funcionários
2004. Pensa que não vai ser bem atendido
2005. Procura o gerente
21. Ao se deparar com enormes filas, que atitude toma para não enfrentá-las?
2101. Pede para alguém ceder o lugar
2102. Não admite aquela situação
2103. Sente-se constrangido por esperar
2104. Aceita com naturalidade
22. Alguma vez já foi tratado com desrespeito por funcionários de Banco?
2201. Porque precisou de um empréstimo
2202. Reclamou das filas
2203. Furou a fila
2204. Fez pagamento para outras pessoas
2205. Por não saber com quem falar

23. Você acha que os funcionários dos Bancos são bem treinados?

2301. Sim
2302. Não

24. Em caso negativo, justifique.

2401. Mais treinamentos
2402. Rodizio de funções
2403. Conhecimento de serviços oferecidos
2404. Relacionamento com os clientes

25. Em quantos Bancos você tem conta? Enumere-os.

2501. Banco da Amazônia S/A
2502. Banco do Brasil
2503. Caixa Econômica
2504. Banco do Bradesco

26. Qual a relação de atendimento entre os Bancos da praça?

2601. Ruim
2602. Regular
2603. Bom
2604. Excelente
2605. Péssimo

27. Você utiliza os terminais de auto atendimento?

2701. Sim
2702. Não

28. Que benefícios eles trazem?

2801. Rapidez
2802. Segurança
2803. Comodidade
2804. Qualidade
2805. Outros, citar.....

29. Quando utiliza os serviços de auto atendimento e não realiza suas operações, como reage?

2901. Pedir ajuda a um funcionário
2902. Pedir ajuda a qualquer pessoa
2903. Fica desesperado
2904. Não realiza suas operações
2905. Jamais utiliza esse serviço

30. Sente-se satisfeito com o atendimento das lojas comerciais?

3001. Sim
3002. Não

31. Caso afirmativo, porque?

3101. Rapidez na entrega
3102. Produtos de qualidade
3103. Conhecimento sobre o produto
3104. Bom atendimento
3105. Outros

32. Em caso negativo, justifique.

3201. Mau atendimento
3202. Falta de produtos
3203. Poucos funcionários
3204. Demora na entrega dos produtos
3205. Falta de conhecimento do produto
3206. Outros

33. Os funcionários que trabalham com clientes atendem com eficácia?

3301. Sim
3302. Não

34. Caso negativo. Enumere-os conforme sua importância

3401. Falta de capacitação
3402. Falta de acompanhamento gerencial
3403. Falta de incentivo
3404. Desvalorização por parte da empresa
3405. Descomprometimento dos funcionários
3406. Ambiente tenso

35. Os produtos adquiridos em nossos estabelecimentos comerciais você considera?

3501. Bom
3502. Regular
3503. Ruim
3504. Muito bom

36. Como analisa o desenvolvimento da empresa com relação a comunidade?

3601. Bom
3602. Regular
3603. Ruim
3604. Ótimo
3605. Não sabe

37. Caso esteja satisfeito, justifique.

3701. Participação em eventos esportivos
3702. Participação em eventos culturais
3703. Participação em eventos festivos
3704. Fazendo doações
3705. Criação de novos empregos
3706. Outros

38. Caso não esteja satisfeito, justifique, como podemos melhorar?

3801. Fazendo promoções
3802. Melhorando o atendimento
3803. Melhorando as formas de pagamento
3804. Ampliando o número de empregos
3805. Outros, quais.....

39. Enquanto espera para ser atendido, funcionário ou gerente se preocupa com você perguntando?

3901. O que deseja
3902. Em que posso ajudá-lo
3903. Já foi atendido
3904. Aceita um cafézinho
3905. Fique a vontade

40. Que nota você daria a esta empresa?

4001. 0 a 2
4002. 3 a 5
4003. 6 a 8
4004. 9 a 10

QUESTIONÁRIO PARA CLIENTES

Caro participante

Este é um trabalho de pesquisa universitária, com o objetivo de incentivar os funcionários e aperfeiçoar o nível de qualidade dos serviços e dos profissionais no mercado de trabalho. Para que todos os envolvidos sejam beneficiados, precisamos da sua colaboração respondendo de forma clara e objetiva o presente questionário.

OBS. - Não é necessário se identificar

- Marque quantas opções julgar necessárias em cada quesito

- Favor devolvê-lo até: / / .

- 01. Sexo ?**
0101. Masculino
0102. Feminino
- 02. Idade ?**
0201. Até 18 anos
0202. 19 a 29 anos
0203. 30 a 45 anos
0204. Acima de 46 anos
- 03 Estado Civil**
0301. Solteiro (a)
0302. Casado (a)
0303. Separado (a)
0304. Viúvo (a)
- 04. Qual o seu nível de escolaridade?**
0401. Ensino Fundamental Incompleto
0402. Ensino Fundamental completo
0403. Ensino Médio incompleto
0404. Ensino Médio completo
0405. Superior incompleto
0406. Superior completo
- 05. Você mora em casa:**
0501. Alugada
0502. Própria
0503. Favor
0504. Outros, exemplifique.....
- 06. Você trabalha?**
0601. Sim
0602. Não
- 07. Qual a sua profissão?**
0701. Bancário
0702. Empresário
0703. Vendedor
0704. Recepcionista
0705. Digitador
0706. Comércio Informal (camelô)
0707. Outro, qual.....
- 08. Qual a sua classe social?**
0801. Baixa
0802. Média baixa
0803. Média alta
0804. Alta
- 09. Qual a sua renda mensal?**
0901. Um salário mínimo
0902. De 02 a 05 salários mínimo
0903. De 06 a 10 salários mínimo
0904. Acima de 10 salários mínimo
- 10. Você é cliente?**
1001. Banco da Amazônia S/A
1002. Comercial Brasillojas
1003. Lojas Lar Center
- 11. Que tipo de eletrodoméstico você possui? Enumere-os.**
1101. Televisão
1102. Computador
1103. Geladeira
1104. Microondas
1105. Ventilador
1106. Outros, quais?
- 12. Geralmente compra móveis e eletrodomésticos?**
1201. Sim
1202. Não
- 13. O que gosta de ver em uma loja?**
1301. Organização dos produtos
1302. Quantidade de produtos
1303. Qualidade no atendimento
1304. Tipos de pagamentos
1305. Relacionamento interno
1306. Higiene do local
- 14. O que faz você comprar um produto em determinada loja ?**
1401. O tratamento que recebe
1402. A amizade com funcionário da loja
1403. Espírito de equipe dos funcionários
1404. Um ambiente agradável
1405. Disponibilidade de produtos e serviços
1406. Os preços baixos
1407. Outros, quais?
- 15. O que leva você a verificar as promoções na loja?**
1501. Anúncios na TV
1502. Anúncios na rádio
1503. Folhetos
1504. Carros de Som
1505. Influência de outras pessoas
- 16. Com relação a entrega de produtos qual o seu grau de satisfação?**
1601. Bom
1602. Regular
1603. Ruim
1604. Muito Bom
- 17. Caso negativo, determine o tempo.**
1701. 01 dia
1702. 02 a 06 dias
1703. 07 a 15 dias
1704. Mais de 15 dias
- 18. Você já adquiriu algum produto em nossas lojas?**
1801. Sim
1802. Não
1803. Algumas vezes
- 19. Qual a qualidade dos nossos produtos?**
1901. Bom
1902. Regular
1903. Ruim
1904. Muito bom
1905. Não observa
1906. Não sabe
- 20. Quando você chega ao Banco, que impressão tem daquele ambiente?**
2001. Acha bonito
2002. Deseja trabalhar naquela repartição
2003. Conversa com os funcionários
2004. Pensa que não vai ser bem atendido
2005. Procura o gerente
- 21. Ao se deparar com enormes filas, que atitude toma para não enfrentá-las?**
2101. Pede para alguém ceder o lugar
2102. Não admite aquela situação
2103. Sente-se constrangido por esperar
2104. Aceita com naturalidade
- 22. Alguma vez já foi tratado com desrespeito por funcionários de Banco?**
2201. Porque precisou de um empréstimo
2202. Reclamou das filas
2203. Furou a fila
2204. Fez pagamento para outras pessoas
2205. Por não saber com quem falar

23. Você acha que os funcionários dos Bancos são bem treinados?

2301. Sim
2302. Não

24. Em caso negativo, justifique.

2401. Mais treinamentos
2402. Rodizio de funções
2403. Conhecimento de serviços oferecidos
2404. Relacionamento com os clientes

25. Em quantos Bancos você tem conta? Enumere-os.

2501. Banco da Amazônia S/A
2502. Banco do Brasil
2503. Caixa Econômica
2504. Banco do Bradesco

26. Qual a relação de atendimento entre os Bancos da praça?

2601. Ruim
2602. Regular
2603. Bom
2604. Excelente
2605. Péssimo

27. Você utiliza os terminais de auto atendimento?

2701. Sim
2702. Não

28. Que benefícios eles trazem?

2801. Rapidez
2802. Segurança
2803. Comodidade
2804. Qualidade
2805. Outros, citar.....

29. Quando utiliza os serviços de auto atendimento e não realiza suas operações, como reage?

2901. Pede ajuda a um funcionário
2902. Pede ajuda a qualquer pessoa
2903. Fica desesperado
2904. Não realiza suas operações
2905. Jamais utiliza esse serviço

30. Sente-se satisfeito com o atendimento das lojas comerciais?

3001. Sim
3002. Não

31. Caso afirmativo, porque?

3101. Rapidez na entrega
3102. Produtos de qualidade
3103. Conhecimento sobre o produto
3104. Bom atendimento
3105. Outros

32. Em caso negativo, justifique.

3201. Mau atendimento
3202. Falta de produtos
3203. Poucos funcionários
3204. Demora na entrega dos produtos
3205. Falta de conhecimento do produto
3206. Outros

33. Os funcionários que trabalham com clientes atendem com eficácia?

3301. Sim
3302. Não

34. Caso negativo. Enumere-os conforme sua importância

3401. Falta de capacitação
3402. Falta de acompanhamento gerencial
3403. Falta de incentivo
3404. Desvalorização por parte da empresa
3405. Descomprometimento dos funcionários
3406. Ambiente tenso

35. Os produtos adquiridos em nossos estabelecimentos comerciais você considera?

3501. Bom
3502. Regular
3503. Ruim
3504. Muito bom

36. Como analisa o desenvolvimento da empresa com relação a comunidade?

3601. Bom
3602. Regular
3603. Ruim
3604. Ótimo
3605. Não sabe

37. Caso esteja satisfeito, justifique.

3701. Participação em eventos esportivos
3702. Participação em eventos culturais
3703. Participação em eventos festivos
3704. Fazendo doações
3705. Criação de novos empregos
3706. Outros

38. Caso não esteja satisfeito, justifique, como podemos melhorar?

3801. Fazendo promoções
3802. Melhorando o atendimento
3803. Melhorando as formas de pagamento
3804. Ampliando o número de empregos
3805. Outros, quais.....

39. Enquanto espera para ser atendido, funcionário ou gerente se preocupa com você perguntando?

3901. O que deseja
3902. Em que posso ajudá-lo
3903. Já foi atendido
3904. Aceita um cafézinho
3905. Fique a vontade

40. Que nota você daria a esta empresa?

4001. 0 a 2
4002. 3 a 5
4003. 6 a 8
4004. 9 a 10