

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

**FERNANDO PIRES DO NASCIMENTO**  
**HELENILSON NOGUEIRA SILVA**  
**MÁRCIO WENDEL**

**O USO DA INFORMÁTICA COMO MELHORIA NA QUALIDADE DOS SERVIÇOS  
DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: o caso das empresas Marcopol e Potiguar**

São Luís  
2004

**FERNANDO PIRES DO NASCIMENTO  
HELENILSON NOGUEIRA SILVA  
MÁRCIO WENDEL**

**O USO DA INFORMÁTICA COMO MELHORIA NA QUALIDADE DOS SERVIÇOS  
DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: o caso das empresas Marcopol e Potiguar**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à  
Universidade Estadual do Maranhão como  
requisito para obtenção do título de formação  
superior em Administração de Negócios.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Esp. Lícia Cláudia Lopes Rios.

São Luís  
2004

**FERNANDO PIRES DO NASCIMENTO**

**HELENILSON NOGUEIRA SILVA**

**MÁRCIO WENDEL**

**O USO DA INFORMÁTICA COMO MELHORIA NA QUALIDADE DOS SERVIÇOS  
DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: o caso das empresas Marcopol e Potiguar**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à  
Universidade Estadual do Maranhão como  
requisito para obtenção do título de formação  
superior em Administração de Negócios.

Aprovada em:        /        /

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Profª Esp. Lícia Cláudia Lopes Rios (Orientadora)**  
Especialista em Marketing (FGV/RJ)  
Faculdade Atenas Maranhense

---

1º Examinador

---

2º Examinador

**Às nossas famílias.**

## AGRADECIMENTOS

A Deus.

A todos aqueles que acreditaram em nós.

Nossos pais, irmãos e companheiros.

A nossa orientadora.

Aos nossos colegas de turma.

Aos nossos professores.

A Universidade Federal do Maranhão – UEMA.

A OASECEAMA.

Ao Sr. José Raimundo Rodrigues.

As pessoas que contribuíram cedendo o material da pesquisa.

E a todos que contribuíram com o desenvolvimento deste trabalho.

*O objetivo principal de um processo formal de planejamento estratégico é a produção de Sistemas de Informações Gerenciais consistentes com a política geral da empresa. É esta consistência que assegura o cumprimento da promessa de desenvolvimento de sistemas, os quais serão utilizados pelos gerentes e considerados um sucesso.*

Ein-Dor e Segev

## RESUMO

O uso da informática como melhoria na qualidade dos serviços das micro e pequenas empresas. A implementação de tecnologias envolve tanto a arte física e lógica quanto à parte humana. Nesse contexto, as empresas devem investir em equipamentos que possam suprir suas necessidades, em softwares que dão suporte às atividades desempenhadas pelos seus profissionais, assim como no aprimoramento de seus colaboradores. Os objetivos para a realização deste trabalho foram traçados no sentido de analisar o processo de informatização das empresas Marcopol e Potiguar e ações que contribuam para a melhoria da qualidade dos serviços oferecidos. O trabalho se desenvolve com base no seguinte roteiro: revisão de literatura, onde se destaca os principais teóricos na abordagem do assunto. A metodologia na qual se desenvolve o método teórico, empírico e matemático foram utilizados para demonstrar a validade da pesquisa. Os resultados são apresentados em forma de tabela e finalizando relata-se a discussão da pesquisa onde demonstrou-se através de gráficos e tabelas um cruzamento dos resultados obtidos junto a profissionais e clientes das empresas Marcopol e Potiguar, a partir da aplicação de questionários previamente estruturados.

Palavras-chave: Informática. Treinamento.

## ABSTRACT

The use of the computer science as improvement in the quality of the services of the personal computers and small companies. The to implement of technologies involves the physical part and logic so much with relationship to the human part. In that context, the companies should invest in equipments that can supply their needs, in softwares that give support to the activities carried out by your professionals, as well as in your collaborators' perfect. The objectives for the accomplishment of this work were traced in the sense of analyzing the process of to computerize of the companies Marcopol and Potiguar and actions that contribute to the improvement of the quality of the offered services. The work grows with base in the following route: literature revision where stands out the theoretical principal in the approach of the subject. The methodology in the which grows the method theoretical, empiric and mathematician was used to demonstrate the validity of the research. The results are presented in table form and concluding is told the discussion of the research where was demonstrated through graphs and you control a crossing of the results obtained professionals and customers of the companies close to Marcopol and Potiguar starting from the application of questionnaires previously structured.

**Keywords:** Computer science. Training.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>REVISÃO DE LITERATURA.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1</b>	<b>Marco teórico.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2</b>	<b>Evolução da utilização da Informática.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3</b>	<b>A era do computador e a era da informação.....</b>	<b>20</b>
<b>2.4</b>	<b>Microinformática e mercado.....</b>	<b>21</b>
<b>2.5</b>	<b>Microinformática e organização.....</b>	<b>22</b>
<b>2.6</b>	<b>Funções da administração empresarial.....</b>	<b>23</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1</b>	<b>População e amostra.....</b>	<b>25</b>
<b>3.2</b>	<b>Instrumentos de coleta de dados.....</b>	<b>25</b>
<b>3.3</b>	<b>Pressupostos metodológicos.....</b>	<b>26</b>
<b>3.4</b>	<b>Tratamento estatístico.....</b>	<b>27</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>27</b>
<b>4.1</b>	<b>Apresentando os resultados dos funcionários.....</b>	<b>27</b>
<b>4.2</b>	<b>Apresentando os resultados dos clientes.....</b>	<b>42</b>
<b>5</b>	<b>DISCUSSÃO.....</b>	<b>55</b>
<b>5.1</b>	<b>Área de trabalho x Nível de escolaridade .....</b>	<b>55</b>
<b>5.2</b>	<b>Realização de treinamento para desempenho de função x Realização de cursos profissionalizantes .....</b>	<b>58</b>
<b>5.3</b>	<b>Função relacionada com a profissão x Estímulo da empresa para a realização dos cursos profissionalizantes.....</b>	<b>61</b>

<b>5.4</b>	<b>Acompanhamento das empresas quanto as funções exercidas pelos funcionários x Atribuições compatíveis com o cargo .....</b>	<b>63</b>
<b>5.5</b>	<b>Recursos importantes para competir no mercado .....</b>	<b>68</b>
<b>5.6</b>	<b>Atendimento diferenciado x Funcionários atenciosos e prestativos .....</b>	<b>73</b>
<b>5.7</b>	<b>Motivos de insatisfação no atendimento x Indicação da empresa a amigos para compra de produtos .....</b>	<b>76</b>
<b>5.8</b>	<b>Confiança em compras on-line x Importância da utilização da informática pela empresa .....</b>	<b>78</b>
<b>5.9</b>	<b>Condições de pagamento oferecidas pela empresa x Assistência pós-venda .....</b>	<b>80</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>83</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>86</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Comandar os destinos da empresa a partir dos teclados e eliminar o fluxo de papéis no escritório está deixando de ser um dos meios mais cobiçados entre os executivos, para se tornar realidade no dia-a-dia das empresas.

Há alguns anos quando as empresas Potiguar e Marcopol iniciaram seus trabalhos, o uso da informática era bastante restrito. Somente as empresas de grande porte e as repartições públicas podiam se beneficiar deste recurso. Com o passar dos tempos, as empresas de pequeno porte passaram a adotar a informática, facilitando aos administradores que reduzissem tarefas que levariam horas. No início das empresas Potiguar e Marcopol existiam alguns problemas, como falta de controle, retirada de cupons fiscal e má organização no controle de pagamento e recebimento. O uso da informática nas empresas trouxe um leque de vantagens: rapidez no atendimento, aceleração nos processos burocráticos e controle de tarefas.

A sociedade também leva vantagens com a modernização das empresas, através da adoção da informática. Com a criação de *home pages*, os clientes ficaram muito mais a vontade para obter informações sobre os serviços e os produtos, assim como fazer pesquisa de preços para comprar com outras empresas.

Nesse sentido, optou-se por esta temática por se acreditar na importância dessa área de conhecimento para o crescimento empresarial.

A perspectiva é que cada vez mais as empresas invistam em tecnologia, por que através da informatização das empresas estas poderão diminuir custos e despesas, aumentar lucratividade e ainda buscar cada vez mais atingir níveis mais altos de qualidade. Não se deve esquecer que a informática veio pra somar com o administrador e não para tomar seu lugar.

Em que medida a informática pode contribuir no desempenho das empresas influenciando no processo contínuo de crescimento dos funcionários aumentando sua capacidade nas micro e pequenas empresas de São Luís/Maranhão? A informática contribuí para o crescimento dos funcionários e na melhoria contínua na qualidade dos serviços?.

Com base nos estudos já realizados desenvolveu-se esta pesquisa tendo como objetivo geral analisar o processo de informatização das empresas Marcopol e Potiguar e as ações que contribuam para a melhoria da qualidade dos serviços oferecidos.

Para o estudo delimitou-se como objetivos específicos a análise das vantagens que o uso da informática traz para a administração empresarial; o conhecimento do software adotado pelas empresas e sua aplicabilidade nas ações comerciais; a identificação da redução de tempo proporcionado pela informática e a verificação das ações que contribuem para a melhoria dos serviços oferecidos.

Na metodologia, utilizou-se o método hipotético-dedutivo e os instrumentos de coleta de dados: questionários com clientes e funcionários para fazer uma comparação entre as empresas.

A estrutura do trabalho está dividida nos seguintes capítulos:

Revisão literária: desenvolvida e comparada com várias referências, cujos autores discutem o tema em questão; metodologia: aplicação de questionários, e pesquisas com funcionários e clientes para comparar as empresas, tanto no sentido quantitativo como qualitativo; resultados, onde foram analisados e tabulados os dados e discussões que apresentou o relatório da pesquisa de campo proporcionando um cruzamento entre as variáveis a partir de comparações levando-nos a resultados quantitativos e qualitativos.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 Marco teórico

Percebe-se que uma boa parte dos executivos tem vivido um grande conflito: adequar os hábitos tradicionais de gerenciamento, muitas vezes de sucesso, com as novas ferramentas oriundas dos processos de informatização das empresas.

É incrível imaginar, mas ainda existem pessoas que têm horror a usar computadores, não conseguem programar um vídeo cassete, não sabem utilizar uma agenda eletrônica ou até mesmo acertar um relógio digital. Essa situação poderia até ser considerada irrelevante, mas leva a uma grande reflexão quando sabe-se que alguns desses aparelhos são e serão indispensáveis para o desenvolvimento de algumas tarefas profissionais e pessoais.

Atualmente, não se pode pensar que profissionais conseguirão desenvolver suas atividades de forma eficiente sem estar sintonizados com a tecnologia da informática. Essa peça é fundamental para a disponibilização de informações, o que possibilita tomada de decisões de forma ágil e segura. Aparelhos como o telefone celular, a agenda eletrônica e, principalmente, o computador são indispensáveis no desenvolvimento dos trabalhos de um profissional que esteja buscando o sucesso.

Dessa forma, quem se recusar a conviver com a informática estará com sérias dificuldades em permanecer vivo no mercado. Mesmo aqueles empresários que têm resistência à utilização direta da informática e acreditam não precisar encarar a máquina não poderão estar longe do computador e de tudo que ele pode oferecer, pois estarão perdendo capacidade competitiva.

Segundo Ferreira (apud GRANJEIRO, 2000, p. 356), a Informática é:

A ciência do tratamento racional e automático da informação, considerada esta como suporte dos conhecimentos e comunicações”; informação é “[...] o conhecimento amplo e bem fundamentado, resultante da análise e combinação de vários informes, ou, ainda, coleção de fatos ou de outros dados fornecidos à máquina, a fim de objetivar um processamento (para processamento de dados) [...]”; conhecimento é “[...] informação, notícia, ciência, [...]”; e comunicação é “[...] o ato ou efeito de emitir, transmitir e receber mensagens por meio de métodos e/ou processos convencionados, quer através da linguagem falada ou escrita, quer de outros sinais, signos ou símbolos, quer de aparelhamento técnico especializado, sonoro e/ou visual.

Essas definições permitem concluir que, se determinada organização tem uma quantidade de informações consideravelmente grande e se esta quantidade tende a crescer conforme aumenta o tamanho e a complexidade de seu negócio, suas necessidades de tratamento também crescerão.

Essas informações precisam ser comunicadas entre os vários participantes da organização. Nessa comunicação, pode-se incluir a tomada de informação consciente ou inconsciente por parte daquele que a está fornecendo. As bases de conhecimento que interagem neste processo de comunicação, análise e combinação de informação são várias e cada uma tem sua parcela de influência e interesse.

Finalmente, tem-se a Informática como a ciência que tem como objetivo viabilizar, garantir e suportar o tratamento e a comunicação das informações de uma organização. Convém salientar o caráter de suporte da Informática, ou seja, ela não pode existir só ou por si só.

Arsac (apud CAUTELA e POLLONI, 1993, p. 10) definiu que:

A Informática é a ciência do processamento racional, principalmente por computadores eletrônicos, da informação considerada como suporte do conhecimento humano e das comunicações nos domínios técnicos, econômicos e sociais.

Como visto, o termo *informática* é bastante genérico e engloba vários componentes para o tratamento da informação.

Outro termo que define genericamente este tratamento da informação, porém considerando-o como um processo, o *Sistema de Informações* (SI). Este, como definido por Lucas (apud FURLAN, 1994, p. 10-11), é um conjunto de procedimentos organizados que, quando executados, provêem informação para suportar a tomada de decisão e o controle numa organização. Deve-se incluir nesta definição o suporte às operações da organização. O termo enfatiza o lado aplicativo da tecnologia de informática, utilizada nos procedimentos para tratar as informações existentes.

Mais recentemente, passou-se a utilizar o conceito de Engenharia de Informação (EI). A partir de definições dadas por Martin (apud FURLAN, 1994), pode-se definir E.I. como um conjunto de técnicas para a construção de estruturas corporativas de dados que apoiem os procedimentos operacionais, de controle administrativo, de apoio aos processos de tomada de decisão e a estratégia competitiva da empresa, pelo uso da Informática e de sua tecnologia. Desta definição cabe ressaltar o caráter de apoio à estratégia competitiva e o fato de que a E.I. utiliza a tecnologia de informação.

Outro termo que deve ser mencionado é Tecnologia de Informação (TI) que, segundo Cash, McFarlan e McKenney (apud CAUTELA; POLLONI, 1993, p. 1), é definido para englobar as tecnologias de computadores, telecomunicações e automação de escritório.

A definição que considera os conceitos já mencionados de forma abrangente, e que se acredita ser mais adequada, é que TI é tudo aquilo com que pode-se obter, armazenar, tratar, comunicar e disponibilizar a informação.

Assim, é interessante conhecer os componentes de um programa de informática. Meirelles (apud FURLAN, 1994, p. 29) define hardware como a parte material, os componentes físicos, o computador propriamente dito. Pode-se considerar que os equipamentos utilizados, tanto no tratamento da informação como em sua comunicação, fazem parte do hardware; tais equipamentos são compostos por computadores, periféricos de comunicação, equipamentos de comunicação, ou seja, as máquinas em si.

Ainda segundo Meirelles (apud FURLAN, 1994, p.34), software é o conjunto de instruções para o hardware, necessário para usufruir toda a capacidade de processamento que este fornece. Pode ser subdividido em software básico, composto por sistemas operacionais, tradutores, linguagens de máquina, utilitários e outros, e software aplicativo, composto por um programa escrito, ou conjunto destes, em que os software básicos para resolver determinada aplicação.

Kling (apud CAUTELA; POLLONI, 1993, p. 309) define, em seu trabalho sobre o Modelo Rede, que as soluções baseadas em computador são complexas tanto técnica como socialmente.

## **2.2 Evolução da utilização da Informática**

Em relação à utilização da Informática, pode-se considerar a evolução do hardware e do software, através de sua disponibilidade e custo, dois dos fatores que afetam diretamente a adoção da tecnologia. Como argumento por Malone, Yates e Benjamim (apud FURLAN, 1994), as inovações nas tecnologias de informação das últimas duas décadas têm reduzido radicalmente o tempo e o custo do processamento e comunicação de informações.

É necessária uma ressalva quanto aos efeitos da reserva de mercado para a informática no Brasil que inibiu a vinda de tecnologias avançadas mais rapidamente e manteve seus preços em níveis altos. Esta diversidade de equipamentos requer que o hardware seja considerado na Administração de Informática para garantir sua compatibilidade futura.

Outra análise sobre a evolução de Informática pode ser baseada em sua utilização. A Informática está presente em todos os segmentos e atos de nossa sociedade, ou seja, todos somos de alguma forma atingidos por ela. A Informática pode estar alterando o meio de trabalho enquanto funcionário de uma organização, seja na área de Informática, seja em uma área usuária. Pode estar alterando os meios de relacionamento com as organizações ou com pessoas enquanto clientes, usuários ou fornecedores. Ou, ainda, alterando a produtividade pessoal enquanto pessoas com atividades isoladas. A interação das pessoas com a Informática, na organização-empresa ou na organização-sociedade, traz tanto oportunidades como riscos, justamente por seu componente de impacto social.

Cash, McFarlan e McKenney (apud CAUTELA; POLLONI, 1993, p. 112), na explicação da integração das ilhas de tecnologia (suporte a escritório, processamento de dados e telecomunicações), apontam que, a partir de 1986, todas as pessoas foram incluídas como usuárias da TI.

Nessa interação, os modos de trabalho das pessoas tendem a ser modificados, mas as pessoas e as organizações são avessas às mudanças, surgindo assim mais uma característica desta evolução. Como definido por Barros (1992, p. 178-179), os motivos de resistência a mudanças são “a inércia dos sistemas estabelecidos, as preferências de comportamento cultural de indivíduos e de grupos poderosos, o temor de perda de reputação e de poder”. Quanto maior a

ameaça de perda de poder, maior será a resistência. A mudança pode ser aceita culturalmente e rejeitada politicamente e a resistência será maior se esta for cultural e política.

Portanto, esta dimensão social deve ser cada vez mais considerada como grande recebedora e geradora de impactos no uso da Informática e deve ser considerada parte de sua administração.

### **2.3 A era do computador e a era da informação**

A evolução da utilização da Informática pode ser caracterizada pelas diferenças entre a Era do Computador e a Era da Informação, apresentadas por Synnott (apud CAUTELA; POLLONI, 1993, p. 28). A Era do Computador predominou até o final da década de 70 e a Era da Informação começou a partir dos primeiros anos da década de 80, sendo que muitas empresas ainda estão na transição entre as duas e que no Brasil esta mudança aconteceu por volta da metade da década de 80.

De acordo com Synnott (apud CAUTELA; POLLONI, 1993, p.29) na Era do Computador:

A regra era do gerente do processamento de dados e de sistemas de informações gerenciais; a Informática, por intermédio desse gerente, se reportava à hierarquia financeira da organização; a tendência organizacional da área era de centralização; o envolvimento era da gerência de nível médio; seu responsável gerenciava processamento de dados e sistemas; o recurso focado era o computador; a competência necessária era a técnica, assim como seu planejamento; o foco da tecnologia era a produtividade; o enfoque da sua administração era o de controle; o investimento em tecnologia era conservador; a integração tecnológica era a arquitetura de processamento de dados; e o estilo gerencial era o controle.

Ainda de acordo com autor acima citado (1993, p30), na Era da Informação:

A regra é do chief information officer (CIO), definido como o mais alto executivo com a responsabilidade principal pela gerência da informação (não é da informática) e que deve ser, primeiro, um homem de negócios; segundo, um gerente e, terceiro, um estrategista de tecnologia, nesta ordem; o CIO deve reportar-se ao chief executive officer (CEO); a tendência organizacional é de descentralização; o envolvimento é em nível de alta gerência; seu responsável gerencia os recursos de informação; os recursos enfocados são os dados e a comunicação; a competência necessária é a de gerência de negócios; o planejamento é estratégico; o foco da tecnologia é a vantagem competitiva; a missão é a inovação tecnológica; o investimento tecnológico é agressivo; a integração tecnológica é a arquitetura de gerência de recursos de informação; e o estilo gerencial é o da influência.

Assim, a Informática passou a ter enfoque mais de negócio do que técnico, o inverso do que ocorreu até o início da década de 80. Esta mudança deve-se à constante evolução das organizações, mercados, competitividade, tecnologia de hardware e software e recursos humanos, que exigiu uma nova abordagem desta tecnologia. *Muitas organizações passaram a investir em TI de acordo com sua estratégia competitiva e visão de futuro, necessitando assim de uma postura da função da Informação.*

O surgimento do microcomputador diversificou o perfil dos usuários (novos consumidores, pessoas voltadas à sociedade informatizada), tornando-os mais exigentes que invade setores ainda não tomados pela informática. Futuramente haverá uma diversificação de aplicações que envolverão informática-telecomunicações, tornando a sociedade altamente integrada.

#### **2.4 Microinformática e mercado**

Há uma divisão bem definida entre os fabricantes de “micros” e de sistemas de grande porte. Parece-nos que esta tendência continuará possibilitando

aos micros, além das finalidades como *data entry*, processamento *on line*, editor de textos, facilidades de projetos, descentralização de processamento e distribuição das aplicações. A microinformática aumentou também a flexibilidade de sistemas de grande porte.

Com a explosão dos microcomputadores no início da década de 80, surgiu uma nova terminologia: a microinformática, que tem causado grande impacto dentro da própria informática.

Pode-se dizer que há dois aspectos da microinformática que incidem significativamente nas organizações e na sociedade: a quantidade de mini-microcomputadores (micros) e a possibilidade de distribuição e descentralização do processamento e, conseqüentemente, das aplicações e das atividades em geral.

## **2.5 Microinformática e organização**

Com a microinformática coloca-se o binômio homem-máquina mais próximo ao usuário final, pela distribuição do poder computacional em todos os níveis. Traz o melhor desempenho custo-benefício em relação ao de grande porte para determinadas funções. Outros aspectos que devem ser considerados são o baixo custo dos microcomputadores e o custo do *hardware* que decresce muito mais rapidamente que o custo de telecomunicações.

A utilização da informática torna disponível informações mais acuradas e crescentes. É importante lembrar que as informações devem ter as seguintes características: serem padronizadas, seguras e eficazes, pois a microinformática utilizada de maneira não adequada pode gerar informações contraditórias, dependendo de como forem processadas. Além disso, o treinamento dos usuários

torna-se indispensável à medida que se quer atingir os objetivos da organização utilizando-se a poderosa ferramenta da microinformática.

### ➤ **Passos concretos em direção à microinformática**

Nas grandes organizações, a microinformática envolve um plano diretor, um centro de informações, sistemas pessoais e departamentais, automação do escritório, ligação em redes locais e ligação ao equipamento central.

Já nas pequenas e médias empresas, a microinformática também envolve um plano diretor, seleção e contratação de *hardware* e *software*, seleção e treinamento de pessoal, sistemas pessoais e sistemas integrados, redes locais e comunicação de dados ponto a ponto.

## **2.6 Funções da administração empresarial**

Importante destacar ainda um referencial que trate da administração empresarial por sua importância para as empresas tanto as de grande como as de pequeno porte.

Segundo definiu Drucker (1986, p. 2),

A administração e os administradores constituem necessidades específicas de todas as entidades, da menor à maior. Constituem o órgão específico de toda entidade. São eles que mantêm a coesão e a fazem trabalhar. Nenhuma de nossas entidades poderia funcionar sem o concurso das administrações. [...] Sem a organização, não haveria administração, mas sem a administração poderia haver apenas um amontoado de gente, não uma organização. Uma organização em si constitui um órgão da sociedade e existe apenas para cooperar com a sociedade, a economia e as pessoas, contribuindo com o resultado necessário. Os órgãos, contudo, não se definem por aquilo que fazem, menos ainda pela forma como o fazem. Eles se definem pela contribuição que prestam e é a administração que permite à perspectiva organização prestar sua contribuição [...] A administração é a desincumbência de tarefas.

Assim o autor define a administração e começa a esboçar sua importância, argumentando que a administração é exercício e não ciência, por basear-se no conhecimento e na responsabilidade.

Os administradores são aqueles que executam tarefas próprias da administração, tendo ou não poder sobre terceiros. A administração tem dimensão temporal; devem sempre considerar o presente e o futuro, o curto e o longo prazo. A administração estará errando se conseguir ótimos resultados no curto prazo e ao mesmo tempo comprometer a saúde futura ou mesmo a sobrevivência da organização, da mesma forma que se buscar um futuro brilhante comprometendo totalmente o presente com algum resultado não satisfatório.

Para Drucker (1986, p. 17), “a administração é a menos conhecida e a menos compreendida de nossas instituições fundamentais”, apesar de sua grande importância e de seu objeto de muita atenção. Mesmo dentro de uma empresa, seus participantes não sabem o que pe a administração, o que ela faz ou deveria fazer, *como ou por que age e se realiza seu trabalho de forma adequada ou não.*

Existem três funções da administração. administrar uma empresa, administrar administradores e administrar o trabalho e o trabalhador. Uma maneira bastante simplista e direta de definir a tarefa básica da administração é considerá-la como sendo a de fazer as coisas através de pessoas, uma vez que da capacidade das pessoas que exercem função administrativa depende a eficácia com que as pessoas trabalham em conjunto para conseguir objetivos comuns, seja nas indústrias, no comércio, nas organizações de serviço público, nos hospitais, nas universidades, nas instituições militares ou em qualquer outra forma de empreendimento humano.

Argumenta-se que o avanço tecnológico e o desenvolvimento do conhecimento humano, por si só, não produzem efeitos na qualidade da administração efetuada sobre os grupos organizados de pessoas, por não permitir uma aplicação efetiva desses recursos humanos. Cabe acrescentar que, quando estes recursos humanos utilizam equipamentos para atingir seus objetivos, a administração precisa considerá-los, bem como a interação entre estes dois tipos de recursos.

### **3 METODOLOGIA**

Utilizou-se os métodos de abordagem hipotético-dedutivo teórico, empírico e matemático para análise do estudo em questão.

#### **3.1 População amostra**

A amostra desta pesquisa foi escolhida de forma totalmente aleatória sem uso de cálculos estatísticos aprofundados. Constituiu-se assim, por 20 funcionários da empresa Marcopol e 20 da Potiguar, assim como 40 clientes de cada empresa.

#### **3.2 Instrumentos de coleta de dados**

Realizou-se um levantamento de dados com o uso de questionários sobre o uso da informática nas atividades das empresas Marcopol e Potiguar. As questões foram disponibilizadas tanto para os clientes quanto para os funcionários.

Utilizou-se questões fechadas, pois se entende que esta é a forma de elaboração que melhor se adequar a tal investigação.

Os questionários foram organizados com número de questões seguindo um roteiro de questões para elaboração dos questionários no qual buscou-se levantar as seguintes informações:

- Observar o investimento tecnológico realizado pela empresa;
- Analisar o nível de formação dos funcionários;
- Verificar o nível de satisfação dos funcionários;
- Investigar o investimento da empresa na formação profissional dos funcionários;
- Analisar o nível do desempenho dos funcionários ao exercer suas funções;
- Analisar o nível de satisfação dos funcionários em relação à empresa;
- Analisar o nível de satisfação dos clientes em relação ao atendimento da empresa;
- Analisar o perfil dos clientes;
- Analisar a propensão do cliente em adquirir novos serviços.

### **3.3 Pressupostos metodológicos**

Nesse trabalho de pesquisa foi utilizado o método hipotético-dedutivo, levando em consideração as causas, fatores e consequências que a utilização planejada e adequada do uso da informática dentro das empresas poderão trazer como benefícios para os clientes internos e externos na melhoria do desenvolvimento das empresas pesquisadas, evidenciando o problema para direcionar as hipóteses que serão testadas.

### 3.4 Tratamento estatístico

De posse dos dados foi possível analisar verificar a relação entre a habilidade gerencial e a obtenção de desenvolvimento pessoal, além da identificação das vantagens da informática nas empresas pesquisadas.

Os dados coletados foram tratados matematicamente, ou seja, transformados em percentuais e apresentados através de tabelas e gráficos e posteriormente interpretados.

## 4 RESULTADOS

A pesquisa em questão tem o propósito de demonstrar como as empresas buscam formas para sanarem um dos grandes problemas dos dias atuais, ou seja, a necessidade de informações internas e externas no menor espaço de tempo.

### 4.1 Apresentando os resultados dos funcionários

**Tabela 1** – Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a área de trabalho

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Administrativo	12	60	05	25
Vendas	08	40	13	65
Outros	—	—	02	10
T otal	20	100	20	100

Pode-se perceber que 60% dos questionados na Marcopol trabalham na área administrativa da empresa e 40% trabalham na área de vendas. Já na empresa Potiguar, o percentual alcançado 65% refere-se a área de vendas; 25% corresponde a área administrativa onde estão inseridos e 10% refere-se a outras áreas.

Na análise da questão que refere-se ao sexo, observa-se que 50% da Marcopol é composta por homem e 50% é de mulheres. Com relação a Potiguar a análise apurada apresenta que 80% dos questionados são homens e que 20% são mulheres.

**Tabela 2** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a faixa etária

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
25 anos	09	45	12	60
26 a 40 anos	10	50	07	35
Mais de 40 anos	01	5	01	5
Total	20	100	20	100

Com a análise de dados da questão que trata da faixa etária tem-se 50% dos funcionários da Marcopol com idade entre 26-40 anos; 45% tem até 25 anos, sendo, portanto, 5% acima de 40 anos. Encontrou-se entre os resultados dos funcionários da Potiguar que o maior percentual obtido 60% estão na faixa de 25 anos onde estão inseridos; 35% corresponde a faixa de 26 a 40 anos de idade, entre e o de menor percentual 5% corresponde a mais de 40 anos onde está inserido.

**Tabela 3** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo o nível de escolaridade

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Nível médio completo	11	55	14	70
Nível médio incompleto	02	10	1	5
Nível superior completo	02	10	1	5
Nível superior incompleto	03	15	4	20
Curso técnico	02	10	—	—
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Percebe-se com a análise da tabela acima, referente a Marcopol que o maior percentual 55% tem o nível médio completo; 15% tem o nível superior incompleto; igualmente com 10% estão os questionados que possuem nível médio incompleto, nível superior completo e o curso técnico. Com relação a análise da empresa Potiguar nota-se que o maior percentual obtido 70% refere-se à escolaridade de nível médio completo, onde estão inseridos; 20% corresponde ao nível superior incompleto; já os níveis de menor percentual estão o médio incompleto e o superior completo com 5% dos questionários.

**Tabela 4** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo o tempo de trabalho na empresa

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Até 1 ano	07	35	03	15
1 a 3 anos	09	45	14	70
3 a 5 anos	03	15	02	10
Mais de 5 anos	01	5	01	5
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Verificados os dados contidos na tabela acima, pode-se notar com a apuração dos percentuais da Marcopol, que 45% dos questionados estão trabalhando nesta empresa entre 1 e 3 anos; 35% está na empresa há menos de 1 ano; 15% trabalham na empresa entre 3 e 5 anos e 5% representa os que têm mais de 5 anos de trabalho. A Potiguar apresentou nos dados que 70% dos questionados trabalham na empresa de 1 a 3 anos; 15% trabalham até 1 ano; 10% trabalham na empresa entre 3 a 5 anos e 5% dos questionários trabalha mais de 5 anos.

**Tabela 5** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a realização de treinamento para desempenho de função

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	18	90	19	95
Não	02	10	01	5
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Nota-se com a análise da tabela acima que entre os funcionários da Marcopol a maior parte dos questionados, 90% recebeu treinamento e 10% não tiveram treinamento para desempenhar sua função. A Potiguar no entanto apresentou um resultado de 95% dos questionados que receberam treinamento e 5%, não recebeu nenhum treinamento para desempenhar sua função.

Analisados os dados referentes à questão descrita sobre que pessoa ministrou o treinamento, percebeu-se que 55% da Marcopol recebeu treinamento de supervisores da própria empresa; 15% obteve treinamento de empresas especializadas e 30% foi treinado por cursos visuais. Percebe-se entretanto que entre os funcionários da Potiguar, 65% dos questionados afirmaram que o treinamento foi ministrado por supervisores; 15% que foram empresas especializadas; 10% que foram ministrados por gerentes e os outros 10% tiveram outros ministrantes.

**Tabela 6** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo o benefício alcançado pelo treinamento ministrado

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Melhor conhecimento dos produtos	07	35	05	25
Melhor atendimento	10	50	13	65
Outros	03	15	02	10
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Os dados relacionados na tabela acima, detectou que 50% dos funcionários da Marcopol, dizem ter absolvido um conhecimento específico em melhor atender; 35% obteve um melhor conhecimento com o que trabalha diariamente e 15% teve um benefício atribuído ao relacionamento interpessoal com os demais colaboradores de serviço. Entre os funcionários da Potiguar ficou demonstrado, que 65% dos questionados obteve como benefício do treinamento um melhor atendimento; no entanto, 25% questionados recebeu como benefício melhor conhecimento dos produtos, e 10% que foi aperfeiçoamento na área de informática da empresa.

**Tabela 7** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a alternativa em grau de importância nos resultados do treinamento

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Especificação de tarefas	02	10	02	10
Crescimento de tarefas	08	40	07	35
Crescimento pessoal	02	10	03	15
Conhecimento técnico	04	20	07	35
Outros	04	20	01	5
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Como pode-se verificar na apresentação dos itens contidos na tabela acima, observa-se, que na Marcopol, 40% dos questionados teve um aumento significativo no crescimento de tarefas; 20% obteve um expressivo conhecimento técnico diferenciando-se dos demais questionados; 20% dos questionados foi além dos demais, obtendo um conhecimento mais específico em noções de gerenciamento departamentos logísticos; 10% qualificou-se mais nas especificações de tarefas e 10% dos questionados aperfeiçoou o crescimento pessoal. Entretanto na Potiguar percebe-se que 35% questionados teve como grau de importância no treinamento, conhecimento técnico; no entanto, 35% obteve como resultado no treinamento crescimento de tarefas; conseqüentemente 15% recebeu como resultado do treinamento, crescimento pessoal; no entanto, 10% tem como resultado do treinamento especificação de tarefas, e 5% conseguiu como resultado do treinamento qualificar seus conhecimentos.

**Tabela 8** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo Realização de cursos profissionalizantes

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	16	80	19	95
Não	04	20	01	5
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Pode-se observar, na tabela acima, que 80% dos questionados na Marcopol já fez curso profissionalizante e 20% nunca fez nenhum curso profissionalizante. Com relação a empresa Potiguar observou-se que 95% questionados já fizeram curso profissionalizantes e 5% disse que nunca fez um curso profissionalizante.

Com a análise apurada dos dados contidos sobre os tipos de cursos profissionalizantes realizados, 25% dos questionados na Marcopol fez o curso profissionalizante de técnico de vendas; 20% concluiu o curso de computação; 20% não fez nenhum; 15% profissionalizou-se em técnico administrativo; 10% dos questionados cursou o técnico de contabilidade; 5% aperfeiçoou-se em administração de empresas e 5% fez o curso profissionalizante de telefonista. Na empresa Potiguar observa-se que o maior percentual obtido foi de 20% que corresponde ao curso de técnico de venda, 10% que corresponde a técnico de administração, 7,5% corresponde a computação, e 7,5% corresponde a administração de empresa.

**Tabela 9** – Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo o estímulo da empresa para realização dos cursos profissionalizantes

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	20	100	19	95
Não	—	—	01	5
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Verificados os dados contidos acima, percebe-se que 100% dos questionados na Marcopol afirmou que a empresa estimula cada um oferecendo-lhe condições para sua profissionalização. Sobre a Potiguar os dados evidenciam que 95% questionados, recebem condições para sua profissionalização e 5% nunca receberam condições para sua profissionalização.

Com a análise dos dados sobre a forma de estímulo oferecido pela empresa constatou-se, que 55% da Marcopol responderam que a empresa oferece treinamento; 20% disse que a empresa oferece cursos à distância; 15% afirmou que

a empresa oferece cursos visuais e 10% respondeu que a empresa oferece cursos de curta duração. Na Potiguar, 50% receberam treinamento; no entanto, 20% recebe curso com curta duração, conseqüentemente 20% recebe curso à distância; 10% receberam cursos visuais.

**Tabela 10** – Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a função relacionada com a profissão

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	18	90	17	85
Não	02	10	03	15
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Observa-se nos itens classificados na tabela acima, que 90% dos questionados da Marcopol afirmou que sua função na empresa está relacionada à sua profissão e 10% acredita que a sua função não está relacionada com a sua profissão. Mediante os dados da tabela apurada, constata-se que na Potiguar, 85% dos questionados têm função relacionada com a sua profissão e 15% não têm função relacionada com sua profissão.

Averiguados os dados sobre o conhecimento adequado ao exercício da função, notou-se, que 60% dos questionados da Marcopol, afirmam que seu conhecimento para exercer sua função é regular e 40% disse que é bom seu conhecimento para a execução de sua função na empresa. De acordo com a mesma tabela, verifica-se que 55% dos questionados da Potiguar, têm conhecimento bom para exercer sua função; já os 45% restante têm conhecimento regular para sua função.

**Tabela 11** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo as atribuições compatíveis com o cargo

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	13	65	11	55
Não	07	35	09	45
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Percebeu-se com análise feita dos dados da tabela acima, que 65% dos funcionários da Marcopol disse que suas atribuições são compatíveis com seu cargo e 35% disse que não é compatível sua atribuição com seu cargo. Diante da análise da tabela acima, nota-se que na Potiguar o maior percentual 55% dos questionados, são compatíveis com seus cargos e 45% são incompatíveis.

**Tabela 12** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a organização de metas para a satisfação do cliente

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Constantemente	15	75	19	95
Não ocorrem	02	10	—	—
Poucas vezes	03	15	01	5
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Com a análise feita na tabela acima, conclui-se, que 75% dos questionados na Marcopol responderam que constantemente a empresa estimula metas para a satisfação do cliente; 15% disse que acontece poucas vezes o estímulo de metas para a satisfação do cliente e 10% afirmaram que não ocorre o estímulo da empresa para a satisfação do cliente. Analisando a tabela acima,

observa-se que na Potiguar, 95% dos questionados têm em sua empresa constante estimulação de metas para a devida satisfação do cliente e só 5% poucas vezes promove metas.

**Tabela 13** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a regularidade de discussão das metas a serem implementadas

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Bimestralmente	14	70	09	45
Trimestralmente	04	20	07	35
Semestralmente	01	5	04	20
Anualmente	01	5	—	—
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Apurados os dados inseridos na tabela acima, percebeu-se entre os funcionários da Marcopol que 70% responderam que costuma acontecer bimestralmente essa discussão de metas; 20% disse que é trimestralmente; 5% que é semestral essa discussão de metas e 5% afirmou que é anual esta discussão de metas. Observando a tabela acima, com relação a Potiguar, constata-se que apenas 20% dos questionados discutem estas metas semestralmente; 35% trimestralmente e 45% dos questionados discutem bimestralmente.

**Tabela 14** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo o desempenho na empresa a partir do uso da informática

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Excelente	08	40	10	54
Bom	08	40	08	40
Ótimo	04	20	02	10
Ruim	—	—	—	—
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Com a análise dos dados da tabela acima, 40% da Marcopol disseram que seu desempenho dentro da empresa está excelente; 40% afirmou que o desempenho dentro da empresa é muito bom com o uso da informática e 20% acredita que é ótimo seu desempenho na empresa com o uso da informática. Baseando-se na tabela referida, destaca-se, que 50% dos questionados da Potiguar têm um excelente aproveitamento na empresa que trabalha; 40% têm um desempenho bom e somente 10% dos questionados têm uma ótima atuação no desempenho da empresa devido o uso da informática.

Verificados os itens da questão sobre habilidade e conhecimento dos programas utilizados pela empresa, percebeu-se em ambas as empresas que 100% de cada uma afirmaram conhecer os programas utilizados pela empresa.

**Tabela 15** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a organização dos resultados positivos da empresa nos últimos 3 anos

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	17	85	18	90
Não	03	15	02	10
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Com a análise dos dados da tabela acima, pode-se observar na Marcopol que 85% acredita que a empresa tenha tido resultado positivo nos últimos 3 anos e 15% disse que a empresa não tem tido resultado positivo nos últimos 3 anos. Percebe-se com a devida análise da tabela, que a maioria dos questionados da Potiguar, 90% afirmam que a empresa têm tido resultados positivos nos últimos 3 anos; 10% não tem tido bons resultados.

**Tabela 16** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo o acompanhamento da empresa quanto as funções exercidas pelos funcionários

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	18	90	20	100
Não	02	10	—	—
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Percebeu-se com a apuração dos dados acima, a Marcopol apresentou um resultado de 90% que disseram existir o acompanhamento por parte da empresa quanto as funções exercidas pelos funcionários e 10% dos questionados disse que não há acompanhamento. Nota-se que diante dos dados fornecidos pela tabela, 100% dos questionados da Potiguar têm acompanhamento por parte da empresa.

Observou-se na questão que trata da freqüência de acompanhamento as funções exercidas pelos funcionários, que 60% dos questionados da Marcopol responderam que é periódica e 40% disse que a freqüência do acompanhamento é constante. Ainda de acordo com a tabela, verifica-se entre os funcionários da Potiguar 50% para freqüência periódica e os 50% restante diz que a freqüência é constante.

**Tabela 17** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo o principal fator para o bom rendimento da equipe

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Cursos	04	20	03	15
Dinâmicas de grupo	05	25	03	15
Divisão de tarefas	05	25	05	25
Bônus	01	5	04	20
Incentivo	02	10	05	25
Outros	03	15	—	—
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Com a análise dos dados da tabela acima, observou-se, que 25% do pessoal da Marcopol afirmou que a dinâmica é o fator principal para um bom rendimento da equipe; 25% acredita que é a divisão de tarefas o fator principal para um rendimento da equipe; 20% dos questionados disse que os cursos oferecidos pela empresa; 15% opinou pela cobrança de resultados; 10% disse que o incentivo e 5% afirmou que o bônus é o principal fator para um bom rendimento da equipe. Com base na tabela acima, 30% dos questionados da Potiguar refere-se aos cursos como principais fatores para um bom rendimento da equipe, 15% refere-se às dinâmicas; 25% é em relação à divisão de tarefas; já 20% se relaciona ao bônus e somente 10% dos questionados cita como principal fator o incentivo.

**Tabela 18** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a percepção quanto ao funcionário motivado produzir melhor

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	15	75	13	65
Não	05	25	07	37
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Com a análise feita nesta tabela, constatou-se, que 75% da Marcopol disse que sim o funcionário motivado produz melhor e 25% acredita que não faz nenhuma diferença para o funcionário. É notável que 65% dos questionados da Potiguar acha que o funcionário motivado produz melhor; 35% disse que o funcionário motivado não produz melhor.

**Tabela 19** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo o grau de importância em relação ao funcionário motivado

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Tem mais prazer em produzir	05	25	08	35
Será mais fácil atingir as metas	03	15	04	20
Busca do aperfeiçoamento profissional	06	30	03	15
Perspectiva de crescimento na empresa	06	30	06	30
Outros	—	—	—	—
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Analisados os dados vistos na tabela acima, observou-se, que 30% dos questionados da Marcopol afirmam que a perspectiva de crescimento na empresa é de suma importância visto, que 30% opinou que a busca de aperfeiçoamento profissional é de grande importância; 25% dos questionados disse que tem mais prazer em produzir e 15% afirmam que será mais fácil atingir as metas. Com relação a empresa Potiguar, seus funcionários nada acrescentaram nesse sentido.

Sobre o grau de satisfação do funcionário com a empresa verificou-se que entre os funcionários da Marcopol, 65% sentem-se satisfeito profissionalmente dentro da empresa e 35% sente-se satisfeito, mas mudaria de empresa caso pudesse. Nota-se entretanto na Potiguar, que 60% dos questionados mudariam se pudessem e 40% se sentem satisfeitos.

**Tabela 20** - Recursos importantes para competir no mercado

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Recursos técnicos	05	25	07	35
Diversidade de produtos	05	25	07	35
Funcionários capacitados	10	50	06	30
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Nota-se na tabela acima que entre os funcionários da Marcopol, 50% dizem que o atributo mais importante da empresa para competir no mercado, é a capacitação dos funcionários; 25% dizem que são os recursos técnicos; 25% que é a diversidade de produtos oferecidos pela empresa. De acordo com os dados da tabela acima, pode-se afirmar, que na Potiguar, 35% dos questionados acredita que são os recursos técnicos como fator mais importante para competir no mercado; 35% opta pela diversidade de produtos e somente 30% cita funcionários capacitados para competir no mercado.

**Tabela 21** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a mudança que efetivaria na empresa se fosse gerente

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Estimularia treinamentos	03	15	06	30
Faria críticas apenas construtivas	08	40	06	30
Daria mais autonomia para funcionários	04	20	04	20
Melhor valorização profissional aos funcionários	05	25	04	20
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Nota-se na tabela acima que na Marcopol, 40% dizem que se possuíssem cargos de chefia faria mais criticas construtivas; já 25% dizem que aumentariam a dizem que estimulariam o treinamento. Diante dos dados fornecidos pela tabela acima, conclui-se que na Potiguar, 30% dos questionados optam pelo estímulo a treinamento; 30% prefere autonomia para funcionário; 20% optaram por criticas construtivas; e 20% dos questionados têm preferência por melhor valorização.

## 4.2 Apresentando os resultados dos clientes

**Tabela 22** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo o sexo

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Masculino	24	60	26	65
Feminino	16	40	14	35
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Percebe-se na tabela acima que entre os clientes da Marcopol, 60% são homens e 40% mulheres. Entre os clientes da Potiguar 65% dos questionados são homens e 35% são mulheres.

Nota-se com a análise da questão que trata da faixa etária que 60% dos entrevistados da Marcopol está com idade de 20 a 35 anos; 30% entre 35 e 45 anos e 10% está com até 20 anos. Com relação a Potiguar constatou-se que o maior percentual obtido 55% refere-se à faixa etária de 35 a 45 anos, e que 45% são para 20 – 35 anos.

**Tabela 23** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo a qualidade dos produtos

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Bom	23	57,5	12	30
Regular	13	32,5	05	12,5
Ótimo	03	7,5	23	57,5
Ruim	01	2,5	-	-
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Observa-se na tabela acima que 57,5% dos questionados da Marcopol dizem que os produtos são de boa qualidade; 32,5% responderam que a qualidade dos produtos é regular; 7,5% dos questionados que a qualidade dos produtos são ótimos e restante, 2,5% afirmam que a qualidade dos produtos são péssimos. Com a análise dos dados da Potiguar nota-se que o maior índice de percentual obtido 57,5% dos questionados afirmam que é ótima a qualidade dos produtos; 30% afirmam ser boa; 12,50% dizem ser regular.

**Tabela 24** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo Variedade dos produtos e serviços

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Pequeno	02	5	-	-
Médio	38	95	07	17,5
Grande	-	-	33	82,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Analisou-se a tabela de dados acima e percebeu-se que 95% dos questionados da Marcopol afirmam, que a variedade dos produtos é media enquanto que 5% afirmam que a variedade é pequena. Percebe-se com os dados tabulados acima e relacionados a Potiguar, que o maior percentual (82,5%) dos entrevistados dizem que a variedade de produtos é grande dentre; (17,5%) refere-se à variedade média dentre 17 clientes.

Com a análise dos dados dos pontos positivos da Marcopol, conclui-se, 30% apreciam o atendimento de funcionários; 25% optaram pela qualidade dos produtos; 20% a flexibilidade; 15% acham o atendimento personalidade melhor e 10% as tarefas acessíveis. Com relação a Potiguar nota-se que o maior percentual

32,5% relaciona-se ao atendimento de funcionários; 30% correspondem a flexibilidade; 20% refere-se a qualidade dos produtos; 12,5% relaciona-se ao atendimento personalizado; e por fim 5% optaram por tarefas acessíveis a mais apreciável.

Observou-se ao analisar a avaliação do atendimento prestado pelos funcionários da Marcopol, que 60% disse que os funcionários são cortês; 12,5% que o atendimento é personalizado; 10% que são displicentes; 10% que é lento e 7,5% acha bastante rápido o atendimento. Nota-se, entretanto, que na Potiguar o maior percentual obtido 57,5% refere-se ao atendimento personalizado; 30% dos questionados avaliam o atendimento como sendo rápido; 12,5% dizem que o atendimento é cortês.

**Tabela 25** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo a posição da empresa em relação a reclamações e sugestões

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Atenção	16	40	16	40
Dá retorno posterior	07	17,5	08	20
Não dá retorno	03	7,5	-	-
Registra o fato	14	35	16	40
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Analisada a Tabela acima, constatou-se entre os clientes da Marcopol, que 40% das reclamações / sugestões têm a atenção da empresa; 35% é registrado o fato; 17,5% dá retorno posterior e 7,5% não dá retorno algum. Com base na tabela acima, sobre os dados da Potiguar o maior percentual alcançado 40% atribui a atenção; 40% também corresponde ao registro do fato; 20% refere-se em dar retorno posterior .

**Tabela 26** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo a indicação da empresa a amigos para compra de produtos

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	39	97,5	40	100
Não	01	2,5	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Nota-se que 97,5% dos clientes questionados da Marcopol afirmaram que indica a empresa para amigos e 2,5% não indica. Percebe-se com a análise apurada da tabela acima que indiscutivelmente os clientes da Potiguar em 100% indicam a empresa para seus amigos.

**Tabela 27** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo Grau de satisfação com a empresa

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Bom	29	72,5	26	65
Ótimo	05	12,5	09	22,5
Regular	05	12,5	05	12,5
Ruim	01	2,5	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Percebe-se com dados da tabela em questão, que entre os clientes da Marcopol, 72,5% disse ser bom o grau de satisfação em relação a esta empresa; 12,5% disse que é ótimo, 12,5% que é regular e 2,5% acha ruim. Dada a tabulação acima relata-se que para os clientes da Potiguar, 65% afirma que o grau de satisfação é boa; e que 22,5% acham ótima, e que 12,5 dos questionados aprovam como regular .

**Tabela 28** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo os funcionários atenciosos e prestativos

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	32	80	40	100
Não	02	5	-	-
Às vezes	06	15	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Nota-se na Tabela acima que, 80% da Marcopol, afirmaram que sim; 5% afirmaram que não e 15% disseram que só as vezes os funcionários da empresa são atenciosos e prestativos. De acordo com a tabulação acima percebe-se que da totalidade dos questionados da Potiguar 100% tem como afirmativa na atenção e na prestação de serviços dos funcionários.

**Tabela 29** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo as sugestões para melhorias

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Mais educação	07	17,5	08	20
Confiança	16	40	18	45
Paciência	11	27,5	11	27,5
Outros	06	15	03	7,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Apresentados os dados da Marcopol, 40% do geral sugeriu melhora na confiança; 27,5% na paciência; 17,5% afirmaram que deve ser melhorado a educação e 15% disseram que outros como a limpeza. Com a tabulação acima conclui-se que 45% dos questionados sugerem mais confiança; 27,5% refere-se a

sugerir melhorias de item paciência onde estão inseridos; 20% dos questionados sugerem mais educação; e com menor percentual 3% sugeriram outros tipos de melhorias.

**Tabela 30** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo a qualidade encontrada na empresa

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Rapidez no atendimento	11	27,5	06	15
Qualidade dos produtos	12	30	14	35
Preço baixo	14	35	20	50
Outros	03	7,5	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Observou-se na tabela o resultado dos questionamentos dos clientes da Marcopol, onde 35% valoriza o preço baixo; 30% valoriza a qualidade dos produtos; 27,5% afirmam a rapidez no atendimento e 7,5% disse outros como a limpeza do local. Percebe-se com a análise concebida pela tabela acima que 50% dos questionados da Potiguar atribui o preço baixo como o de maior valor; 35% refere-se a qualidade dos produtos; 15% corresponde ao rápido atendimento.

**Tabela 31** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo o atendimento diferencial

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	11	27,5	04	10
Não	29	72,5	36	90
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Nota-se com os itens acima apurados nos relatos dos clientes da Marcopol, que 72,5% disseram que não tem atendimento diferenciado e 27,5% disseram que sim. De acordo com a tabulação acima, conclui-se que o maior percentual para a Potiguar, 90% não tem atendimento diferencial; 10% apenas tem atendimento diferencial.

**Tabela 32** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo o motivo que faz o cliente ter um diferencial

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
É sempre informado de promoções	20	50	01	2,5
Pronto atendimento	04	10	39	37,5
Taxas negociadas	16	40	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Com 50% está a informação de promoções; 40% afirmam a taxa de negociação e 10% optou pronto atendimento nos relatos observados dos clientes da Marcopol. De acordo com a tabulação acima conclui-se que o maior percentual obtido dos clientes da Potiguar ficou em 85,7% referente ao pronto atendimento e 14,3% refere-se a estar sempre informado das promoções.

Percebeu-se com os dados do questionamento sobre a avaliação da estrutura da empresa Marcopol, que 65% afirmam que é boa a estrutura da empresa; 15% disseram regular; 15% afirmaram que precisa melhorar e 5% acha a estrutura ótima. De acordo com a tabulação acima conclui-se que o maior percentual obtido na Potiguar foi de 90% que refere-se a boa estrutura da empresa; 7,5% corresponde a ótima estrutura; e com 2,5% corresponde a regular.

**Tabela 33** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo o ponto em que a empresa precisa melhorar

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Mais conforto	21	52,5	17	42,5
Ambiente limpo	10	25	12	30
Climatização	09	22,5	11	27,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Com a análise da tabela apresentada acima, entre os clientes da Marcopol 52,5% dizem que precisa melhorar o conforto das instalações; 25% disse que o item ambiente limpo precisa ser melhorado e 22,5% afirmam que a climatização deve melhorar. Com a tabulação acima nota-se que o maior percentual obtido para a Potiguar foi 42,5% que escolheu mais conforto, 30%, escolheu ambiente limpo; e 27,5%, escolheu climatização.

**Tabela 34** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo importância da utilização da informática pela empresa

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	39	97,5	40	100
Não	01	2,5	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Com base na tabulação dos dados da Marcopol, conclui-se que 97,5% responderam que sim e 2,5% acha que não é importante o uso da informática na empresa. Com a análise da tabela acima os dados da Potiguar, nota-se que o maior percentual obtido indiscutivelmente 100% acham que sim, é importante a utilização da informática.

**Tabela 35** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo o benefício encontrado com o uso da informática

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Dinamizar o atendimento	27	67,5	27	67,5
Maior comodidade	01	2,5	-	-
Dispensa intermediários	01	2,5	04	10
Praticidade	11	27,5	09	22,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Apurados os dados acima com relação a Marcopol, têm-se 67,5% de votos para a dinamização do atendimento como maior benefício; 27,5% acha que a praticidade; 2,5% disse que a maior comodidade e 2,5%) acha a dispensa de intermediários. Percebe-se com a análise proposta pela tabela acima que 67,5% dos questionados da Potiguar opinaram que o maior benefício é a dinamização do atendimento; 22,5% opinaram pela praticidade; 10% corresponde a dispensar intermediários.

**Tabela 36** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo Há motivo de insatisfação no atendimento

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	18	45	08	20
Não	22	55	32	80
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Dos questionados da Marcopol, 55% afirmam que já houve insatisfação no atendimento e 45% responderam que não. Com base na análise da tabulação

abaixo conclui-se que o maior percentual alcançado foi 80% dos questionados da Potiguar que confirmaram a não insatisfação no atendimento; e que 20% corresponde a insatisfação no atendimento

**Tabela 37** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo a melhor forma de atendimento

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Com clareza / sem dúvidas	13	32,5	25	62,5
Simpatia, funcionário / cliente	24	60	15	37,5
Outros	03	7,5	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Com a apuração dos dados da Marcopol, 60% opinou pela simpatia funcionário/clientes; 32,5% a clareza e sem dúvida alguma e 7,5% disse que outros, sendo o atendimento personalizado este outro. Com base na análise da tabela acima constatou-se entre os dados da Potiguar que 62,5% dos questionados refere-se com clareza / sem dúvida; 37,5% corresponde a simpatia, funcionário / cliente.

**Tabela 38** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo a confiança em compras on-line

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	12	30	17	42,5
Não	28	70	23	57,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Apresenta-se na tabela acima que na Marcopol, 70% afirmam que não confia em compras on-line e 30% disse que sim. Percebe-se com os dados tabulados sobre a Potiguar que 57,5% acham que não confiam em compras on-line; e 42,5% relaciona-se a confiança nas compras on-line.

**Tabela 39** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo os pontos que diferenciam o atendimento em relação às outras empresas

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Qualificação dos funcionários	14	35	06	15
Trabalho em equipe	09	22,5	05	12,5
Ambiente motivado	07	17,5	15	37,5
Maior conhecimento dos produtos oferecidos	04	10	14	35
Outros	06	15	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Com a análise da tabela acima dos dados da Marcopol, 35% disse que a qualificação dos funcionários é a diferença entre esta e outras empresas; 22,5% acha o trabalho em equipe; 17,5% acha o ambiente motivado; 15% opinou por outros, como estacionamento privativo e 10% acham maior o conhecimento dos produtos oferecidos pela empresa. De acordo com a tabulação acima nota-se que o maior percentual apurado para a Potiguar foi 37,5% refere-se ao ambiente motivado; 35% corresponde ao maior conhecimento dos produtos; 15% corresponde a qualificação dos funcionários; 12,5% refere-se ao trabalho em equipe.

**Tabela 40** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo as condições de pagamento oferecidas pela empresa

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Boa	27	67,5	26	65
Regular	09	22,5	07	17,5
Ótima	03	7,5	07	17,5
Ruim	01	2,5	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Averiguados os dados adquiridos com os dados da Marcopol, 67,5% acha as condições de pagamento; 22,5% disse ser regular; 7,5% acha ótimo e 2,5% opinou ser ruim. De acordo com a tabulação acima percebe-se que o maior percentual obtido para a Potiguar é 65% dos questionados acham as condições boas de pagamento; 17,5% corresponde a regular e ótima empatados para ambas as questões.

**Tabela 41** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo a percepção de boa harmonia dentre funcionários, gerentes e clientes da empresa

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	34	85	30	75
Não	06	15	10	25
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Encontrou-se na opinião dos questionados da Marcopol, que 85% opinou que sim e 15% opinou que não há uma harmonia entre os segmentos da empresa e clientes. Percebe-se com a análise apurada da tabela acima que 75% dos

questionados da Potiguar refere-se que a empresa tem harmonia; 25% afirmam que não há harmonia na empresa.

**Tabela 42** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo a assistência pós-venda

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Boa	11	27,5	13	32,5
Regular	24	60	25	62,5
Ótima	01	2,5	01	2,5
Ruim	04	10	01	2,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Concluiu-se com a tabela acima para os dados da Marcopol, que 60% afirmam regular a assistência pós-venda; 27,5% acha boa a assistência; 10% acha ruim e 2,5% acha ótimo a assistência pós-venda. Com base na tabulação acima percebe-se que o maior percentual alcançado para a Potiguar, 62,5% constitui de regular a pós-venda questionados; 32,5% corresponde que é boa a pós-venda; 2,5% refere-se a ótima e ruim a assistência pós-venda.

**Tabela 43** – Distribuição de clientes que responderam ao questionário segundo a participação em pesquisas sobre necessidades de produtos e serviços

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Sim	13	32,5	21	52,5
Não	27	67,5	19	47,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

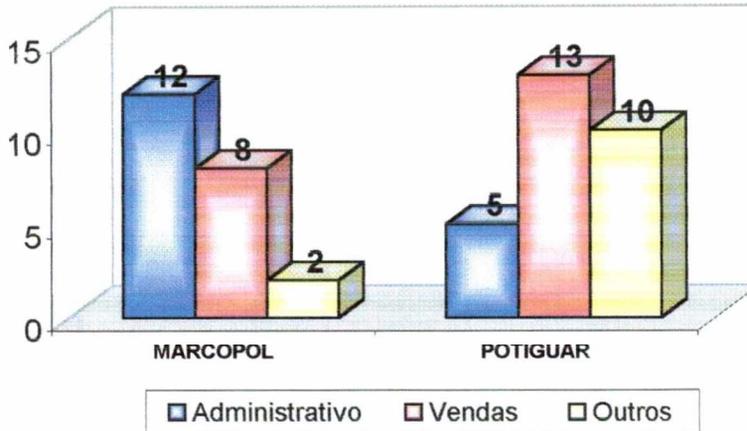
Percebe-se com os dados obtidos na tabela acima, que 67,5% questionados da Marcopol nunca participou de nenhum tipo de pesquisa e 32,5% afirmaram que sim já participou de algum tipo de pesquisa de produtos e serviços. Quanto aos clientes da Potiguar observou-se que 52,5% dos questionados já participaram de pesquisas; e 47,5% que refere-se a que nunca foram entrevistados em pesquisa.

## **5 DISCUSSÃO**

O principal aspecto deste trabalho, relata o cruzamento organizado entre os questionamentos realizados através de uma análise detalhada, partindo da comparação dos dados colhidos através de questionários para melhor relatar como está ocorrendo o uso da informática como melhoria na qualidade dos serviços das empresas Marcopol e Potiguar junto aos funcionários.

### **5.1 Área de trabalho x Nível de escolaridade**

Partiu-se inicialmente da análise dos funcionários cruzando-se área de trabalho e nível de escolaridade visando observar de que forma o nível de escolaridade pode estar relacionado a área de trabalho do funcionário tentando desta forma analisar até que ponto esta irregularidade pode causar danos ao desenvolvimento gerencial da empresa.



**Gráfico 1** – Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a área de trabalho

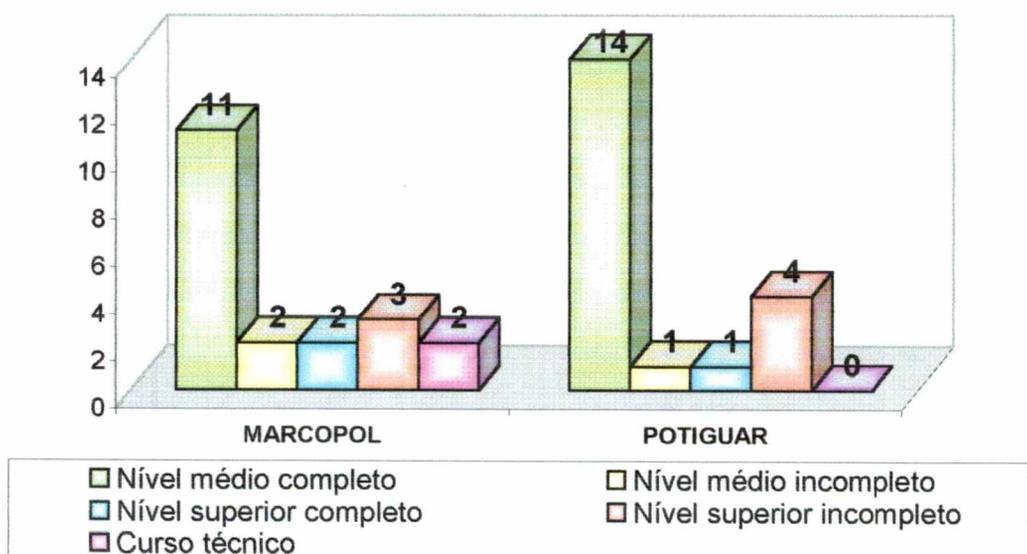
Verificou-se assim, que na Marcopol o pessoal da área administrativa corresponde a 60%, e a área de vendas a 40% enquanto que na Potiguar o maior índice 65% é da área de vendas e apenas 25% está relacionada a área administrativa fazendo-nos perceber que a empresa Marcopol detém um número maior de funcionários administrativos em relação a área de vendas da Potiguar o que de certa forma deverá favorecer a Marcopol na qualidade dos serviços oferecidos.

Dessa forma, de acordo com Chiavenatto (2000, p.459) com a constante modernização e atualização da tecnologia dos processos e alto grau de competitividade, “é cada vez mais necessário que o profissional esteja capacitado para uma melhor adaptação no mercado de trabalho”.

Portanto, as empresas estão cada vez mais exigentes na escolha dos profissionais que farão parte de sua equipe de trabalho. Isto é realidade nas atividades comerciais onde o candidato a uma vaga de vendedor deve possuir no mínimo o ensino médio completo para receber o mesmo salário da categoria, se candidatar-se a gerente deve estar cursando ou ter nível superior, se candidata-se

para o ingresso em uma multinacional a exigência é de domínio de pelo menos uma língua estrangeira, entre outros atributos. Observou-se assim, que quanto maior for a capacitação do profissional, maior a probabilidade do mesmo receber excelentes salários.

Quanto ao nível de escolaridade a Marcopol possui 55% dos seus funcionários com nível médio completo; 10% com nível superior completo e outros 10% com curso técnico. A Potiguar apresenta 70% dos funcionários com nível médio completo; 5% para nível superior completo e 20% para nível superior incompleto.



**Gráfico 2** – Distribuição dos funcionários que responderam ao questionário segundo o nível de escolaridade

Percebe-se que existe uma relação bem próxima entre o nível de escolaridade e a área ocupada pelos funcionários de ambas as empresas. Isto evidencia a afirmação de Drucker, (1987, p.103) quando diz que: “trabalhar nas coisas certas é que torna o trabalho intelectual e eficaz [...]”, pois através da educação é que o homem vai aperfeiçoando seus conhecimentos.

Nesse contexto, para competir no mercado exigente e seletivo, estudar atualmente é fundamental visto que a necessidade de melhorar o nível de escolaridade vem crescendo em importância a cada dia e a possibilidade do indivíduo encontrar emprego está relacionada diretamente com a sua escolaridade, pois conforme afirmado anteriormente os salários também sofrem influências da educação.

## 5.2 Realização de treinamento para desempenho de função x Realização de cursos profissionalizantes

Ao analisar o cruzamento entre a realização de treinamento para desempenho de função e a realização de cursos profissionalizantes tem-se por objetivo demonstrar a importância que existe para o funcionário a capacitação para o desempenho de suas funções na empresa.

Os dados evidenciam que 95% dos funcionários da Marcopol já realizaram treinamento para desempenho da função enquanto que na Potiguar os resultados apontam para 95%.

**Tabela 44** – Distribuição dos funcionários que responderam aos questionários segundo o cruzamento Realização de cursos profissionalizantes x realização de treinamento para desempenho da função

Realização de cursos profissionalizantes		SIM		NÃO	
		Quant.	%	Quant.	%
Realização de treinamento para desempenho da função	MARCOPOLO	18	90	02	10
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>		<b>100</b>	
Realização de treinamento para desempenho da função	POTIGUAR	19	95	01	5
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>		<b>100</b>	

Observou-se que as empresas em questão investem bastante no que tange a realização de treinamento para desempenho da função de seus funcionários onde pode se detectar que ambas estão preocupadas em manter em seus quadros funcionais profissionais que estejam preparados para enfrentar a concorrência respondendo bem as expectativas do mercado, pois de acordo com Toledo, (1986, p. 93) “a formação profissional é a educação que planeja desenvolver o homem para o exercício de uma profissão, em determinado mercado de trabalho”.

A vantagem dos treinamentos está em que seus objetivos são mais extensos do que os da formação visto que tem seus resultados situados no médio prazo, oferecendo ao funcionário os conhecimentos dentro do mercado atual. Nesse sentido, para que haja uma boa política de trabalho é necessário que as empresas invistam cada vez mais no desenvolvimento de seus funcionários, oferecendo treinamentos assim como adquirindo tecnologias novas que aumentem tanto a produtividade quanto à qualidade dos serviços prestados aos clientes.

Observou-se que quanto ao benefício alcançado pelos treinamentos recebidos detectou-se que os mesmos estão contribuindo para o crescimento profissional dos funcionários onde obteve-se entre os funcionários da Marcopol e da Potiguar um melhor rendimento com relação ao melhor atendimento que puderam dispor aos clientes visto terem aprendido noções de relações humanas e de como lidar com o público.

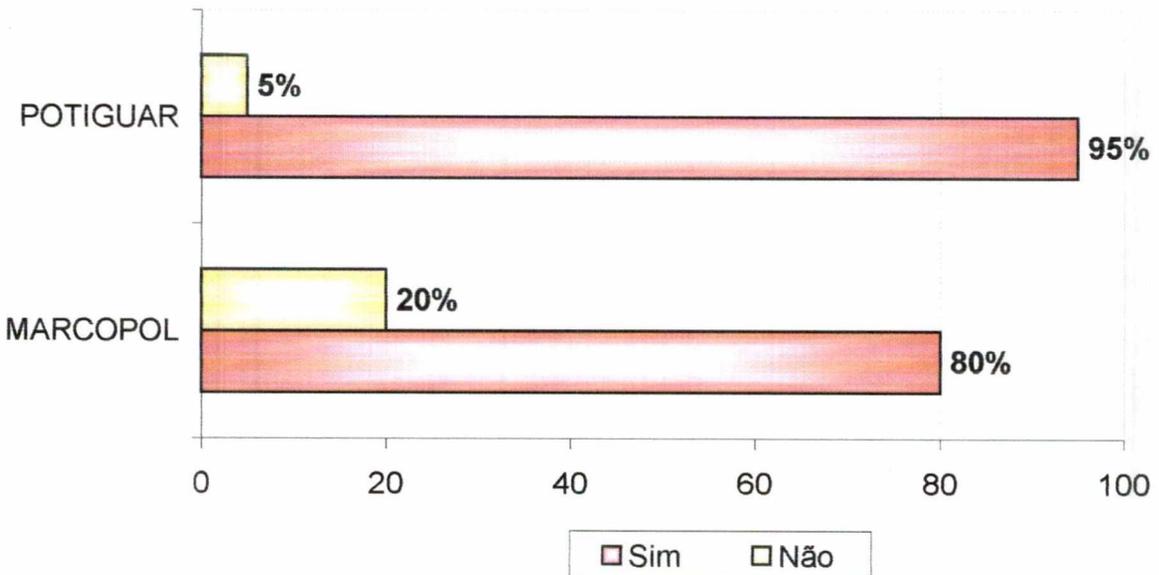
Nesse sentido, Chiavenato (2000, p.131) ressalta que, “treinamento é o processo educacional de curto prazo aplicado de maneira sistemática e organizado, através do qual as pessoas aprendem conhecimentos, atitudes e habilidades em função de objetivos definidos”. Portanto, para desenvolver essas habilidades é necessário que as pessoas tenham conhecimentos diretamente relacionados com o

desempenho do cargo atual ou de possíveis ocupações futuras.

Os dados demonstram que a preocupação das empresas com relação a treinamentos como forma de investimento é significativa. Isso nos leva a acreditar que as empresas já se deram conta da importância que a busca constante de conhecimento também deve partir das empresas. A iniciativa de oferecer treinamentos e cursos, e investir nos funcionários para melhorar a qualidade do trabalho também trazem resultados para a empresa ajudando-a a alcançar seus objetivos.

Percebe-se assim que a partir do desenvolvimento profissional é que o funcionário cresce com mais eficiência no cargo que ocupa dentro da empresa.

Sobre a realização de cursos profissionalizantes obteve-se para a Marcopol 80% e para a Potiguar 95% de funcionários que já realizaram algum curso profissionalizante.



**Gráfico 3** – Opinião dos funcionários que responderam ao questionário segundo a realização de cursos profissionalizantes

Deduz-se daí que a qualificação profissional e qualidade de serviços estão intimamente relacionadas, além das relações interpessoais que ocupam um lugar relevante no gerenciamento dos serviços oferecidos por empresas de qualquer estrutura. Daí a importância da conscientização tanto da empresa quanto do funcionário no investimento em programas de capacitação que futuramente trarão retorno para ambas as partes.

### **5.3 Função relacionada com a profissão x Estímulo da empresa para a realização dos cursos profissionalizantes**

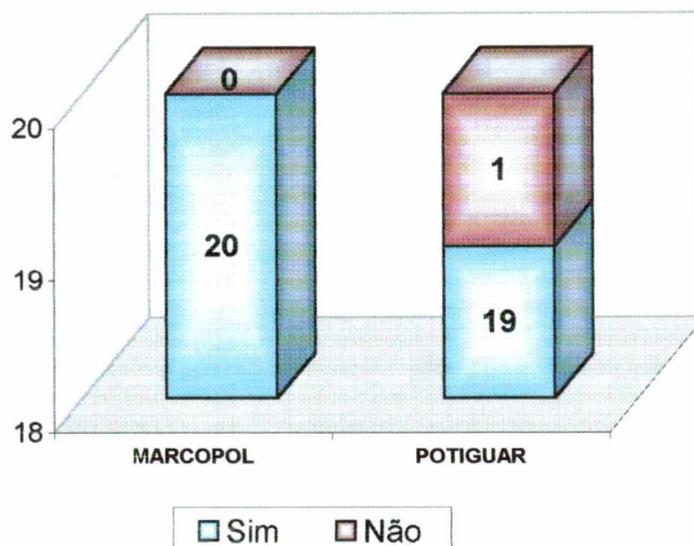
No questionamento sobre função exercida pelos funcionários estar relacionada com a profissão objetivou-se reconhecer se as empresas pesquisadas realmente observam isso como fator determinante para o bom desempenho do funcionário. Detectou-se assim, que entre as empresas pesquisadas 90% dos investigados da Marcopol e 85% da Potiguar estão realmente exercendo funções para as quais foram preparados embora nas empresas de pequeno porte, haja uma possibilidade maior de os conflitos se instalarem, visto que muitas vezes, o funcionário não é colocado de acordo com suas aptidões e interesses, pois o estigma do desemprego favorece esta situação.

**Tabela 45** – Opinião dos funcionários que responderam ao questionário segundo a Função relacionada com a profissão / Estímulo da empresa para a realização dos cursos profissionalizantes

Função relacionada com a profissão \ Estímulo da empresa para realização de cursos profissionalizantes	SIM		NÃO	
	Quant.	%	Quant.	%
MARCOPOL	18	90	02	10
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>		<b>100</b>	
POTIGUAR	17	85	03	15
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>		<b>100</b>	

Percebe-se portanto, que as funções formam o elo entre as empresas e seus funcionários e a realização articulada de cada função permite a empresa satisfazer seus objetivos. Igualmente, as funções representam não apenas uma fonte de renda para trabalhadores, mas também um meio de satisfazer suas necessidades de auto-realização. Entretanto, para a empresa e seus funcionários receberem estes benefícios mútuos, as funções precisam proporcionar uma alta qualidade de vida no trabalho (WERTHER; DAVIS, 1989, p. 87).

Sobre o estímulo da empresa para a realização dos cursos profissionalizantes 100% da Marcopol e 95% da Potiguar afirmam que sim, também as empresas em observação evidenciam que existe uma preocupação em estimular seus profissionais para tal, pois isto facilita o crescimento pessoal dos mesmos e da empresa, desenvolvendo assim a auto-estima que de acordo com Castro (2002, p.88) “contribui para formar o conceito que cada um tem sobre si representando o principal ponto de partida do equilíbrio pessoal”.



**Gráfico 4** - Opinião dos funcionários que responderam ao questionário segundo o Estímulo da empresa para realização dos cursos profissionalizantes

Também dentro dessa nova realidade observa-se que os funcionários passaram a se preocupar não só em treinar e aperfeiçoar suas habilidades no decorrer do trabalho, como estão procurando as profissões com as quais mais se identificam e assim possam ser valorizados no mercado. Dentro desse contexto pode-se assegurar que as empresas destacadas estão aptas a oferecer atendimento de qualidade e segurança para os clientes e competir com o mercado concorrente.

#### **5.4 Acompanhamento das empresas quanto as funções exercidas pelos funcionários x Atribuições compatíveis com o cargo**

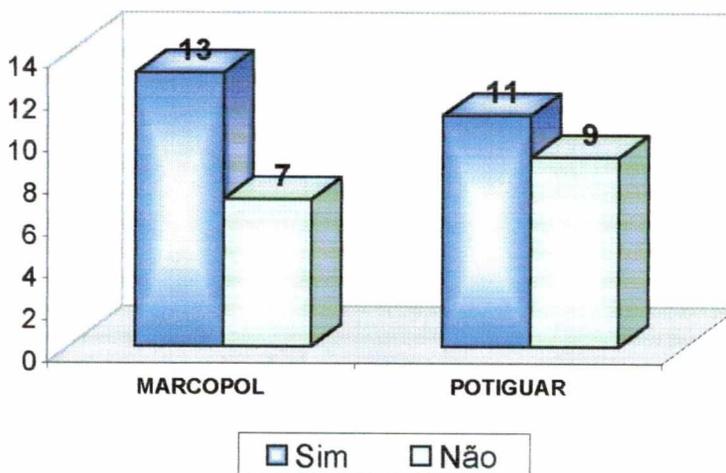
A variável acompanhamento da empresa quanto as funções exercidas visou identificar se as empresas fazem um acompanhamento efetivo das funções exercidas pelo seu grupo de funcionários de cuja análise encontrou-se na empresa Potiguar um percentual equivalente a 100% enquanto que na Marcopol apenas 90% das questões foram afirmativas evidenciando o que foi observado em análise

anterior que tratou da função relacionada com a profissão onde se pode detectar que as empresas estão no caminho certo valorizando e aproveitando aquilo que o funcionário realmente sabe fazer.

**Tabela 46** – Opinião dos funcionários que responderam ao questionário segundo Acompanhamento das empresas quanto as funções exercidas pelos funcionários / Atribuições compatíveis com o cargo.

Acompanhamento da empresa quanto a funções exercidas	Atribuições compatíveis com o cargo		SIM		NÃO	
	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%
MARCOPOL	18	90	02	10		
TOTAL	40		100			
POTIGUAR	20	100	-	-		
TOTAL	40		100			

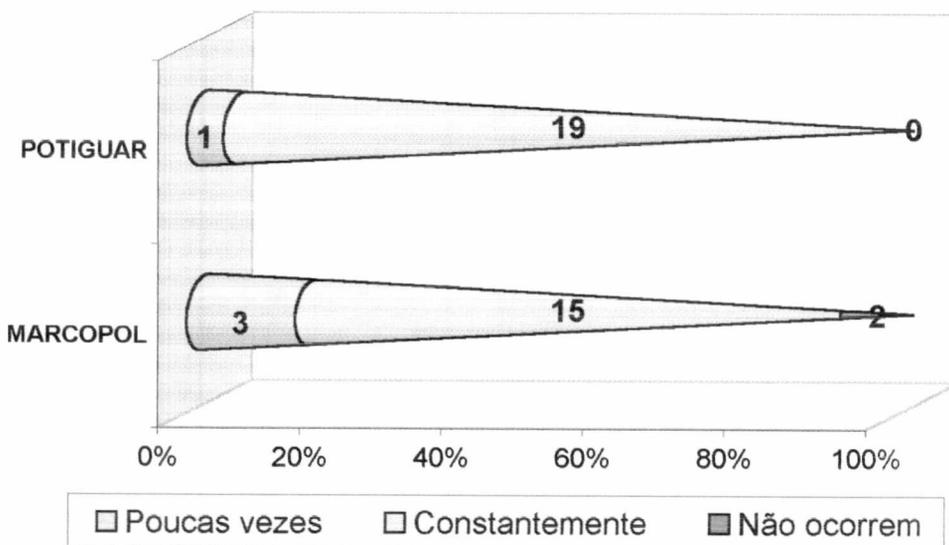
No cruzamento das atribuições compatíveis com o cargo os dados novamente demonstraram não haver nenhuma contradição com o que foi relatado até o momento, pois como se pode observar tanto as empresas quanto os funcionários estão se adequando a nova realidade do mercado de trabalho. Conforme descrição de 65% para a Marcopol e 55% para a Potiguar.



**Gráfico 5** – Opinião dos funcionários que responderam ao questionário segundo as atribuições compatíveis com o cargo

As empresas estão cada vez mais buscando funcionários com atitudes positivas, que se disponibilizam para dar o melhor de si, que se comprometem e sentem prazer em ouvir, sentir e atender e que tem iniciativa. Interessa-se não só pelo trabalho que desenvolve, mas se compromete com os resultados obtidos, são profissionais envolvidos com suas funções; que adotam uma atitude de determinação, de automotivação e resolução mental de nunca desistir. Para Lima e Teixeira, (2000, p.237) é necessário ao funcionário “que tenha criatividade para encontrar diferentes maneiras de obter o sucesso e o compromisso possa influenciar o comportamento que determina os resultados”.

Utilizou-se ainda os dados sobre a organização de metas para a satisfação do cliente objetivando demonstrar como a empresa se organiza metas para a satisfação do cliente onde observou-se 95% de afirmativa na Potiguar para realização constante de metas, enquanto que a Marcopol apresentou um resultado igual a 75% para constantemente; 15% para poucas vezes e 10% para a o resultado que isso não ocorre.

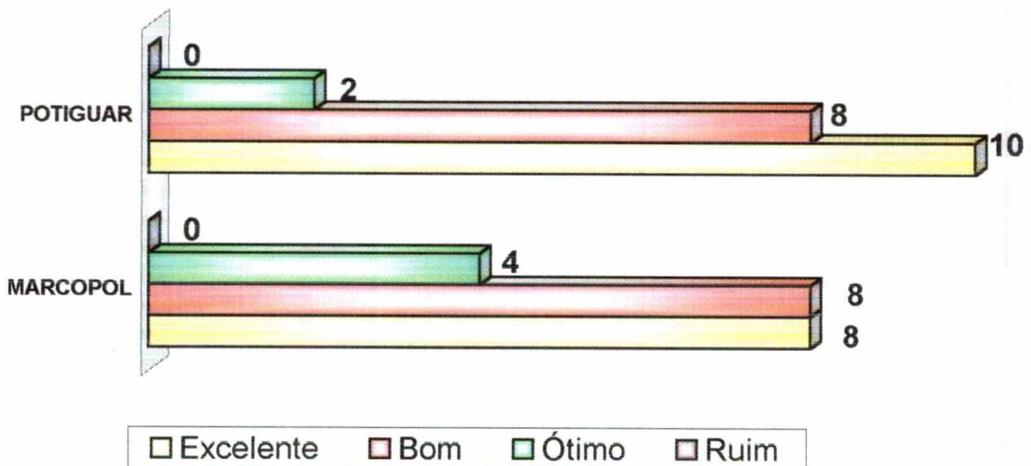


**Gráfico 6** – Opinião dos funcionários que responderam ao questionário segundo a Organização de metas para a satisfação do cliente

Os dados demonstram que as empresas precisam tornar-se criativas para atender bem e manter sua clientela, para isso precisam lançar mão da inovação, pois não é possível para um administrador continuar fazendo o que fazia no passado, da maneira como as circunstâncias externas e os recursos disponíveis lhe permitiam.

Se ele agir assim, sua empresa será estática na melhor das hipóteses, e eventualmente declinará, em um meio competitivo. E como salientado por Drucker (1986, p. 10), “administrar um negócio não pode ser um trabalho de cumprir normas [...] precisa ser uma tarefa criativa, mais que adaptativa”. Portanto, para isso, a função será considerada parte integrante e condição básica para as demais.

O Cruzamento do desempenho da empresa a partir do uso da informática objetiva analisar como esta ocorrendo o desempenho das empresas pesquisadas a partir da utilização da informática em seu dia-a-dia onde observou-se para a Marcopol igual percentual 40% tanto para “excelente” quanto para “bom” e 20% para “ótimo”, na Potiguar os resultados demonstraram 54% para “excelente”; 40% para “bom” e 10% para “ótimo” evidenciando assim, que a informática só trouxe benefícios para as empresas.



**Gráfico 7** – Opinião dos funcionários que responderam ao questionário segundo o Desempenho da empresa a partir do uso da informática

Nesse sentido, a cultura da informática tem que ser incentivada pelos administradores responsáveis pelas empresas passando para os seus funcionários que os sistemas informatizados não foram desenvolvidos e implantados apenas para agilizar as tarefas diárias, como emissão de notas fiscais e cheques. A consciência de todos na organização de que os investimentos efetuados pela empresa em informática objetivam a melhoria do gerenciamento, depende fundamentalmente do seu uso por parte dos principais administradores que, dessa forma, estarão valorizando o processo da administração informatizada.

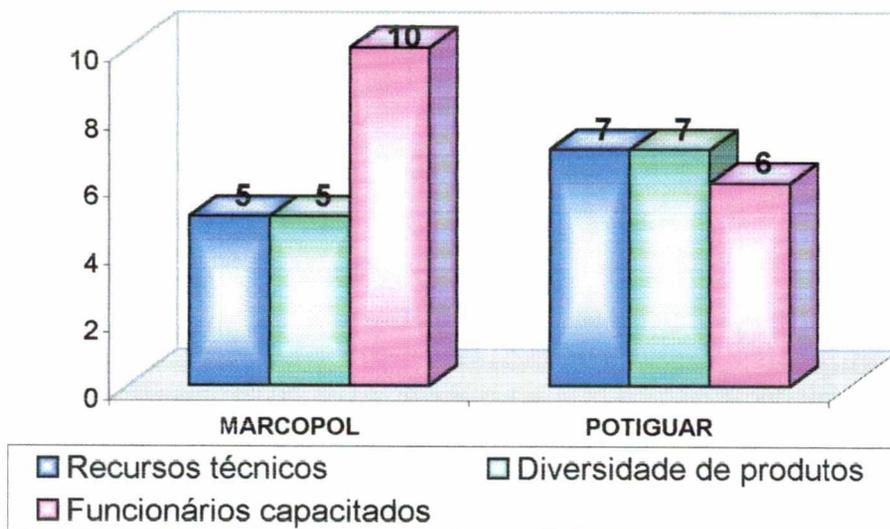
No momento atual, não se pode mais achar que a informática é um instrumento que possa diferenciar as empresas. Ela tem que ser encarada como peça fundamental para a avaliação de resultados e acompanhamento de desempenho. Conforme Furlan (1994, p.164) "aqueles executivos que imaginam não precisar da informática como instrumento gerencial, escondendo, na verdade, suas próprias fraquezas, deverão rever seus posicionamentos urgentemente", pois poderão estar impossibilitando a adequação das suas empresas às exigências impostas pelo mercado.

Assim, o uso da informática na vida diária está se tornando indispensável e nas empresas não é diferente. Os benefícios trazidos por ela são inúmeros desde a diminuição de papéis que era visível em qualquer empresa, a melhoria no atendimento. Com um computador a disposição o funcionário em um menor espaço de tempo, verifica se a empresa dispõe ou não deste ou daquele produto, verificando também preço e marca.

Hoje com o passar do tempo observa-se que o privilegio não é mais só das grandes empresas mas as médias e as pequenas já estão adotando o seu uso para modernizar os serviços.

## 5.5 Recursos importantes para competir no mercado

Os dados sobre os recursos importantes para competir no mercado objetivou verificar como as empresas entendem esses recursos importantes para competir no mercado apresentando os seguintes resultados para a Marcopol: igual valor para recursos técnicos e diversidade de produtos 25% e 50% para funcionários capacitados, entretanto nos resultados da Potiguar ocorreu também igual valor para recursos técnicos e diversidade de produtos 35% e 30% para funcionários capacitados, demonstrando assim que em ambas empresas os dados não diferenciam, no entanto os resultados da Marcopol demonstram uma preocupação quanto a capacitação de funcionários ser um dos mais importantes recursos para competir no mercado.



**Gráfico 8** - Opinião dos funcionários que responderam ao questionário segundo os Recursos importantes para competir no mercado

Assim, a necessidade de se impor num mercado competitivo e sem fronteira, faz as empresas substituírem a mão-de-obra pela tecnologia, para

acompanhar as tendências do mercado, ocasionado pela internacionalização dos negócios permitindo uma rápida mudança no comportamento da gerência que para satisfazer as exigências dos clientes juntam esforços, delegam competências evitando a demora das soluções.

Atualmente, a qualidade é o grande desafio com que vem se defrontando as empresas, que apesar dos investimentos em tecnologia e capacitação profissional, o progresso em relação a qualidade continua lento e os avanços são poucos significativos, mesmo com o empenho dos administradores, que utilizam programas, técnicas e instrumentos, conforme destaca Vieira e Clein (apud CAUTELA; POLLONI, 1993, p.158) ao afirmarem que:

Além dessa busca incessante e irreversível da produtividade e da qualidade, a globalização da economia força a competitividade neste final de século e provoca a redução do caminho até a eficiência. Com isso, é alterada substancialmente a forma de produzir em todo o mundo. Mas a verdadeira revolução na empresa só pode ocorrer com o casamento perfeito entre a alta tecnologia e a valorização e treinamento das pessoas.

Importante destacar que para melhor evidenciar os resultados da pesquisa fez-se necessário que os questionamentos também fossem estendidos aos clientes, e que a partir daqui serão analisados através de cruzamentos de tabelas e de gráficos.

**Tabela 47** – Opinião dos clientes que responderam ao questionário segundo os recursos importantes para competir no mercado

Recursos importantes para competir	RECURSOS TÉCNICOS		DIVERSIDADE DE PRODUTOS		FUCIONÁRIOS CAPACITADOS	
	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%
Desempenho da empresa a partir do uso da						
MARCOPOL	23	57,5	13	32,5	03	7,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>					<b>100</b>
POTIGUAR	12	30	05	12,5	23	57,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>					<b>100</b>

No cruzamento sobre qualidade dos produtos e grau de satisfação com a empresa espera-se identificar como os clientes estão observando a qualidade dos produtos e o grau de satisfação com a empresa, onde pode se observar que a empresa Potiguar apresenta melhores resultados em relação a Marcopol sob todos os aspectos desta variável. Na Marcopol a escala de satisfação esteve com 72,5% (bom); 12,5% (regular); 12,5% (ótimo). A Potiguar apresenta 65% (bom), 12,5% (regular) e 22,5% (ótimo).

**Tabela 48** – Opinião dos clientes que responderam ao questionário segundo a Qualidade dos produtos / grau de satisfação com a empresa

Qualidade dos produtos. Grau de satisfação com a empresa.	BOM		REGULAR		ÓTIMO		RUÍM	
	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%
MARCOPOL	23	57,5	13	32,5	03	7,5	01	2,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>							<b>100</b>
POTIGUAR	12	30	05	12,5	23	57,5	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>							<b>100</b>

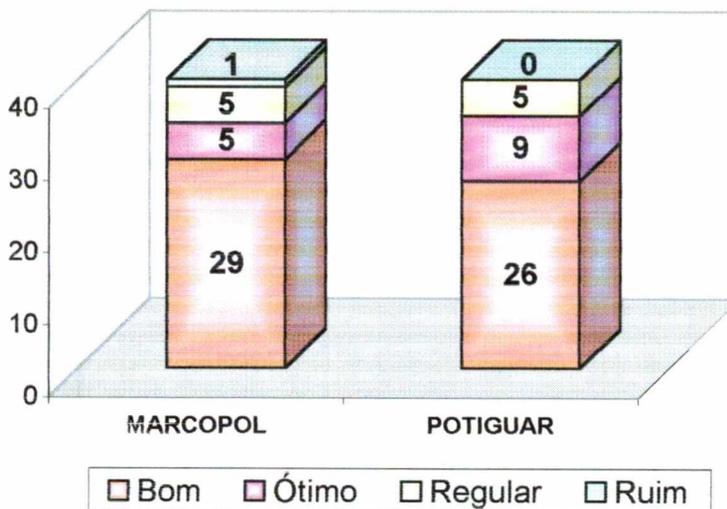
Assim, conhecer o produto, favorece a ação do vendedor, pois munido de conhecimentos, se torna mais alto seu poder de persuasão, pois quanto maior o nível de informação sobre o produto, maior o entusiasmo do funcionário ao oferecer o produto. Isto quer dizer que o funcionário pode estruturar uma apresentação de vendas que é poderosa por ser válida. Sua validade é que transfere aos clientes a confiança das convicções do mesmo e também coloca o funcionário na posição de flexibilidade máxima para reagir de maneira construtiva e solucionadora de problemas às perguntas dos clientes.

Dessa forma, quando funcionário conhece profundamente o seu produto, há um máximo de probabilidade de que a compra feita pelo cliente satisfaça a necessidade

para qual foi feita visto que uma das melhores virtudes do funcionário é o conhecimento do produto, tornando-se assim uma ferramenta indispensável para o fechamento da venda, o alcance das metas e também da satisfação do cliente segundo Las Casas (2001, p. 231) ao afirmar.

Conhecer o produto é o primeiro passo no trabalho de vendas. O indivíduo necessita ter conhecimento dos detalhes técnicos da mercadoria ou produto que vende, para poder informar, persuadir e responder às objeções que surgem nas situações de vendas. O conhecimento é importante para o vendedor moderno, que vende soluções e benefícios, não apenas o produto, e com isso tem condições de satisfazer as necessidades dos clientes.

O grau de satisfação com a empresa apresentou uma diferença em relação aos resultados anteriores para a empresa Marcopol onde observou-se um quantitativo de 72,5% para o item "bom" em relação a empresa Potiguar que obteve apenas 65% para esse mesmo resultado.



**Gráfico 9** - Opinião dos clientes que responderam ao questionário segundo o grau de satisfação com a empresa

Observa-se que este dado também está ligado ao atendimento e que a rapidez para tal é de fundamental importância para garantir a satisfação, pois a

Nota-se na tabela acima que entre os funcionários da Marcopol, 50% dizem que o atributo mais importante da empresa para competir no mercado, é a capacitação dos funcionários; 25% dizem que são os recursos técnicos; 25% que é a diversidade de produtos oferecidos pela empresa. De acordo com os dados da tabela acima, pode-se afirmar, que na Potiguar, 35% dos questionados acredita que são os recursos técnicos como fator mais importante para competir no mercado; 35% opta pela diversidade de produtos e somente 30% cita funcionários capacitados para competir no mercado.

**Tabela 21** - Distribuição de funcionários que responderam ao questionário segundo a mudança que efetivaria na empresa se fosse gerente

RESULTADOS	MARCOPOL		POTIGUAR	
	Quant.	%	Quant.	%
Estimularia treinamentos	03	15	06	30
Faria críticas apenas construtivas	08	40	06	30
Daria mais autonomia para funcionários	04	20	04	20
Melhor valorização profissional aos funcionários	05	25	04	20
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Nota-se na tabela acima que na Marcopol, 40% dizem que se possuísem cargos de chefia faria mais criticas construtivas; já 25% dizem que aumentariam a dizem que estimulariam o treinamento. Diante dos dados fornecidos pela tabela acima, conclui-se que na Potiguar, 30% dos questionados optam pelo estímulo a treinamento; 30% prefere autonomia para funcionário; 20% optaram por criticas construtivas; e 20% dos questionados têm preferência por melhor valorização.

demora no atendimento pode fazer com que o cliente evite novo contato com a empresa, pelo simples fato de pensar na economia de seu tempo.

Os clientes apresentam-se satisfeitos com as empresas, visto que estas procuram alcançar a satisfação dos clientes desde a pré-venda até o pós-venda. Os clientes das empresas avaliam o atendimento como bom, mas afirmam que este atendimento depende da velocidade e do acompanhamento, pois estes fatores são indispensáveis para um índice total de satisfação.

Observou-se que os pontos positivos demonstram uma visão que os clientes possuem das empresas investigadas onde detectou-se entre os dados que o atendimento dos funcionários da Marcopol (30%), seguido da qualidade dos produtos (25%) e da flexibilidade que a empresa proporciona ao cliente (20%) é o que mais atraem os mesmos. Quanto a Potiguar esta apresentou para o atendimento dos funcionários (32,5%), para a flexibilidade (30%) e para a qualidade dos produtos (20%). Isto demonstra que em relação a Marcopol os dados da Potiguar evidenciam uma melhor resposta no atendimento dos funcionários e na flexibilidade.

Assim, a necessidade de melhorias de qualidade é evidente em todos os setores de uma empresa, não basta produzir bem, é necessário produzir cada vez melhor, eliminar erros, evitar desperdício, atender bem, ter bom relacionamento com os clientes e colaboradores, pois a qualidade é a realização de esforços conjunto que integram todos os componentes da organização na tentativa de alcançar a excelência. É disponibilizar produtos e serviços capazes de satisfazer as necessidades dos clientes, cumprindo prazos e pontualidade de entrega, condição de pagamento, atendimento pré e pós-venda e flexibilidade de negociações.

Nesse sentido, Chiavenato (2000, p.700) acrescenta que: “[...] qualidade é o atendimento das exigências do cliente; ou a adequação à finalidade ou uso; ou a conformidade com as exigências. O conceito de qualidade está intimamente ligado ao cliente, seja ele interno ou externo”.

## 5.6 Atendimento diferenciado x Funcionários atenciosos e prestativos

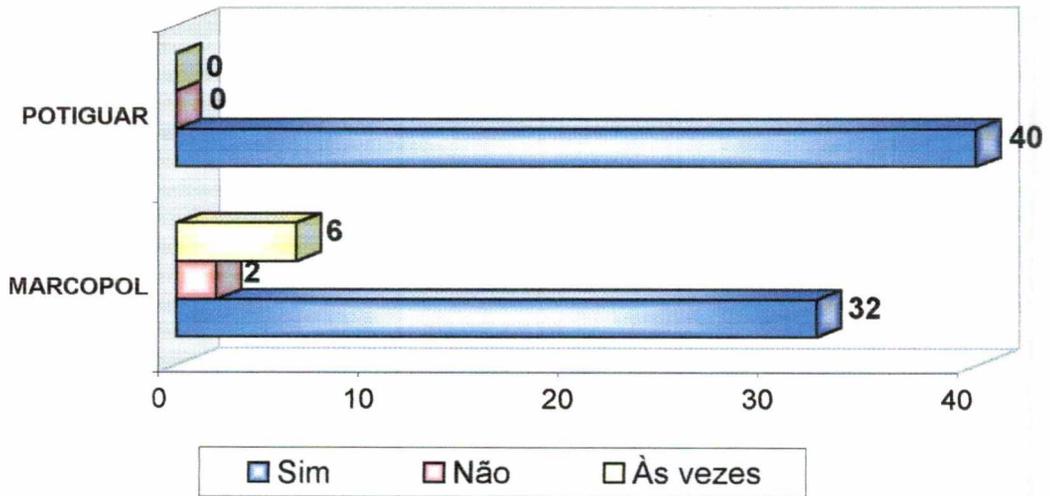
Ao cruzarmos os dados sobre atendimento diferencial e funcionários atenciosos e prestativos objetiva-se apreender de que forma os clientes observam o atendimento dos funcionários atribuindo-lhes um diferencial. Os resultados demonstraram que para a Marcopol 80% dos clientes observam um atendimento diferencial, enquanto que 100% da Potiguar sentem-se clientes privilegiados, isso estimula o cliente a retornar, tendo em vista além do conforto de suas instalações a satisfação de poder contar com um atendimento diferencial, com funcionários capacitados e, sobretudo com maior conhecimento do produto a ser negociado, desde informações do tipo como é fabricado, materiais de fabricação até as dicas de manutenção e forma de uso.

**Tabela 49** – Opinião dos clientes que responderam ao questionário segundo o Atendimento diferencial / funcionários atenciosos e prestativos

Funcionários atenciosos e prestativos	SIM		NÃO		ÁS VEZES	
	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%
Atendimento diferencial						
MARCOPOL	32	80	02	5	06	15
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>					<b>100</b>
POTIGUAR	40	100	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>					<b>100</b>

Para Granjeiro (2000, p. 209) o cliente tem grande importância na relação empresa-prestação de serviços .

O sucesso das organizações está intimamente ligado à energia humana que lhes é transmitida por aqueles que as lideram e os seus colaboradores, incluindo empregados, fornecedores, prestadores de serviços, sem esquecer os clientes, que se tornam uma grande força promocional, quando estão satisfeitos com os produtos e serviços que lhe são oferecidos.



**Gráfico 10** - Opinião dos clientes que responderam ao questionário segundo Funcionários atenciosos e prestativos

Os dados descritos no gráfico acima apresentam uma contradição em relação ao atendimento diferencial visto que para funcionários prestativos e atenciosos a Potiguar detém 100% na opção afirmativa e a Marcopol 80%. Nesse contexto, como agora o mercado competitivo busca mais a quantidade e a qualidade na produção, inicia-se uma busca desse caráter também nas relações humanas dentro das empresas entre funcionários e com os clientes.

É muito importante para o funcionário obter informações, saber escutar, saber conduzir a conversa e saber perguntar. As informações detalhadas permitirão um auxílio consistente ao cliente, para solucionar seus problemas. Conhecer o

cliente permitirá aos funcionários estabelecer uma ampla colaboração, baseada no benefício mútuo.

Destacou-se também os dados sobre as qualidades encontradas nas empresas objetivando demonstrar o que torna as empresas qualificadas na visão dos clientes onde observou-se para a Marcopol 35% para os preços baixos enquanto que a Potiguar apresenta 50% para este mesmo item.

Dessa forma, a qualidade possui vários significados e pode ser analisada sobre vários pontos: transcendência, produto, usuário, produção e valor. Como a questão da qualidade é um processo que ainda está se desenvolvendo as tentativas dessas melhorias nem sempre são bem sucedidas ou tem o retorno esperado. Em alguns casos nem indicadores ou estatísticas foram desenvolvidas para avaliar a eficácia da ação. Nesse sentido, Chiavenato (2000, p. 542) observa que:

Qualidade total é o processo de envolver todos os membros da organização para assegurar cada atividade relacionada com a produção de bens e serviços dentro de um compromisso de melhorar continuamente e atender completamente às necessidades do cliente.

Assim, qualidade caracteriza-se pela necessidade de participação de todos; alta direção, gerentes e todo o corpo da empresa que devem estar comprometidos com os propósitos de melhoria e os processos de trabalho para assegurar a sobrevivência da empresa, dos funcionários e o atendimento aos clientes podendo se afirmar que a rapidez no atendimento está voltada para a capacitação pessoal e os recursos tecnológicos disponíveis seguidos do comprometimento com a qualidade dos serviços prestados.

## 5.7 Motivos de insatisfação no atendimento x Indicação da empresa a amigos para compra de produtos

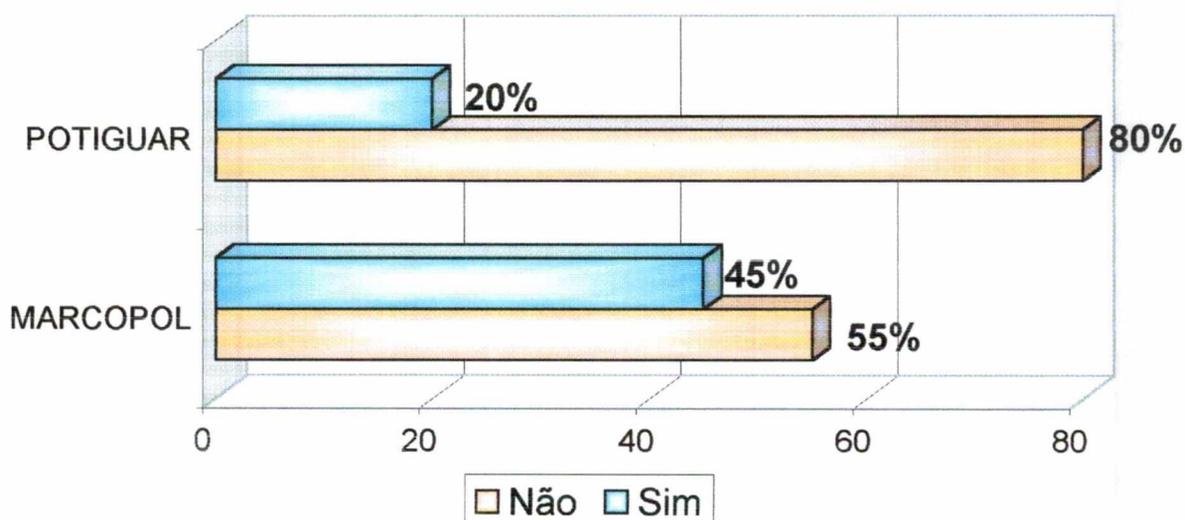
Ao cruzarmos os dados sobre os motivos de insatisfação no atendimento e a indicação da empresa a amigos para compra de produtos espera-se determinar se há motivos de insatisfação no atendimento que possam levar a não indicação da empresa para amigos onde observou-se uma afirmativa na Marcopol de 97% e na Potiguar 100% evidenciando assim o tato, a habilidade em contornar objeções, a sociabilidade a compreensão, o comportamento cauteloso são atributos que somados proporcionam maior desenvolvimento qualitativo do atendimento.

**Tabela 50** – Opinião dos clientes que responderam o questionário segundo os motivos de insatisfação no atendimento / Indicação da empresa a amigos para compra de produtos

Há motivos de insatisfação no atendimento  Indicação da empresa a amigos para compra de produtos	SIM		NÃO	
	Quant.	%	Quant.	%
MARCOPOL	39	97,5	01	45
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>		<b>100</b>	
POTIGUAR	40	100		
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>		<b>100</b>	

Sendo assim, a qualidade é um processo demorado que exige esforços de todos os envolvidos, e os resultados vão surgindo aos poucos através de uma evolução regular e não de inovações que merecem destaque de acordo com a afirmação de Granjeiro (2000, p.186) quando diz:

Ao produzir com qualidade, a tendência é obtenção de redução de custos, aumentando a capacidade de disputa de mercado, ou seja, aumentar a competitividade e ao mesmo tempo criar condições de alargamento do mercado à medida que se pode oferecer bens e serviços a preços cada vez mais acessíveis a um maior número de pessoas.



**Gráfico 11** – Opinião dos clientes que responderam ao questionário segundo a indicação da empresa a amigos para compra de produtos

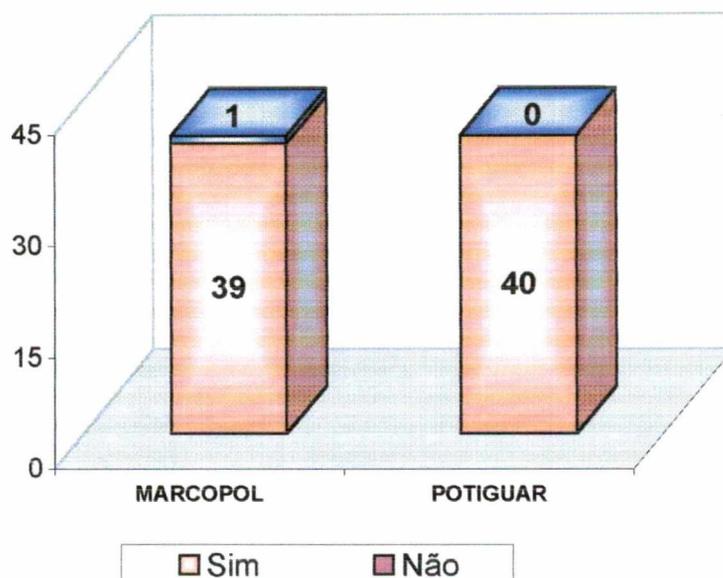
Quanto a haverem motivo de insatisfação no atendimento observou-se que 55% dos clientes da Potiguar e 80% para da Marcopol afirmaram que não, isto deve-se principalmente a que toda venda apresenta aspectos de relações humanas ou de relações públicas, daí a preocupação que as empresas devem ter em elevar o padrão de seus funcionários, para que estes sejam competentes e comunicativos. O cliente hoje deseja entender-se com pessoas que estejam proporcionalmente no seu nível. O mesmo se preocupa com os aspectos técnicos do funcionamento do objeto que vai adquirir, com a tradição do fabricante e com os recursos que poderá dispor. E não lhe agrada dialogar com quem não esteja apto a prestar informações que deseja, tão pouco manter contato com o funcionário cujas maneiras no trato não lhe pareçam acertadas.

## 5.8 Confiança em compras on-line x Importância da utilização da informática pela empresa

Ao cruzarmos os resultados entre os clientes possuem confiança em compras on-line e importância da utilização da informática pelas empresas objetiva-se identificar como a informática nas empresas está contribuindo para agilizar o atendimento junto aos clientes no que detectou-se que tanto os clientes da Marcopol (70%) quanto os clientes da Potiguar (57,5%) não tem confiança no serviço de compras on-line. Isto pode ser evidenciado pelo fato de que este serviço além de ser novo no mercado geralmente não corresponde as expectativas dos clientes.

**Tabela 51** – Opinião dos clientes que responderam ao questionário segundo Confiança em compras on-line / Importância da utilização da informática pela empresa

Importância da utilização da informática pela empresa \ Confiança em compras on-line	SIM		NÃO	
	Quant.	%	Quant.	%
MARCOPOLO	12	30	28	70
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>			<b>100</b>
POTIGUAR	17	42,5	23	57,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>			<b>100</b>



**Gráfico 12** – Opinião dos clientes que responderam ao questionário segundo a importância da utilização da informática pela empresa

Com relação à importância da utilização da informática pela empresa observou-se 97,5% para a Marcopol e 100% para a Potiguar onde ambas as empresas são vistas pelos clientes com uma imagem positiva nesse sentido evidenciando assim que as empresas cada vez mais estão buscando melhoria na área tecnológica, para que seu uso venha melhorar quaisquer que sejam as atividades.

Até o século XX as organizações eram estruturadas e organizadas com padrões de estabilidade e permanência, ou seja, durar para sempre sem se preocupar com o passar dos tempos e tinha comando centralizado e hierárquico, controle do desempenho das pessoas e cargos com atribuições estritamente delimitadas. Para Chiavenato (1999, p. 315).

A passagem de um ambiente estável para instável está fazendo com que as organizações migrem de uma estrutura mecânica e tradicional para uma estrutura orgânica e moderna. Uma verdadeira onda de reorganizações foi responsável por essa migração.

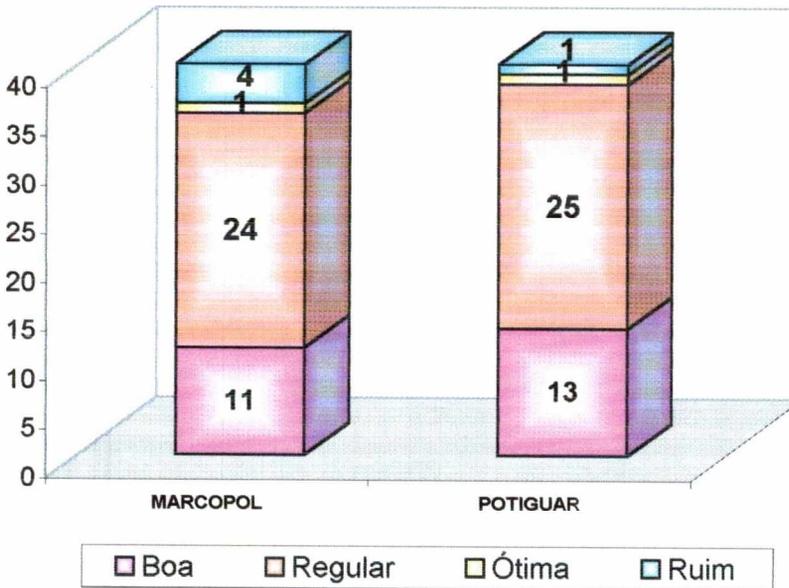
Dessa forma, com a chegada da era da informação, houve a necessidade de acelerar as mudanças que transformou o mundo dos negócios em um ambiente instável e turbulento, as novas características do modelo orgânico passaram a ser: redução hierárquica, descentralização, autocontrole e autodireção do desempenho pelas próprias pessoas, cargos mutáveis, tarefas mais complexas e diferenciadas e o autodesempenho em equipes multifuncionais, uma interação permanente na busca da eficácia, enfim, apresentar um modelo dinâmico e inovador em busca de flexibilidade e adaptação com o mundo exterior.

### **5.9 Condições de pagamento oferecidas pela empresa x Assistência pós-venda**

Com o cruzamento dos dados entre condições de pagamento e assistência pós-venda oferecido pelas empresas espera-se observar se os clientes estão satisfeitos com as empresas nestes aspectos onde pode se detectar que tanto para Marcopol (67,5%) quanto para a Potiguar (65%) os resultados demonstram que é “boa” a condição de pagamento oferecida por ambas empresas. Percebe-se que a venda somada com o atendimento torna-se uma mistura de sucesso com uma demanda extraordinária.

**Tabela 52** – Opinião dos clientes que responderam ao questionário segundo Condições de pagamento oferecidas pela empresa / Assistência pós-venda

Assistência pós-venda Condições de pagamento oferecidas pela empresa	BOM		REGULAR		ÓTIMO		RUÍM	
	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%
MARCOPOL	27	67,5	09	22,5	03	7,5	01	2,5
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>							<b>100</b>
POTIGUAR	26	65	07	17,5	07	17,5	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>							<b>40</b>



**Gráfico 13** – Opinião dos clientes que responderam ao questionário segundo a Assistência pós-venda

Com relação aos dados sobre a assistência pós-venda observou-se que para os clientes da Marcopol a opção de maior índice foi "regular" com

60% e para a Potiguar com 62,5%. Isto demonstra que as empresas em questão não estão oferecendo este tipo de serviço aos seus clientes. A esse respeito Maximiano (1990, p.354) adverte que “[...] os padrões de satisfação referem-se à capacidade de se conseguir reações favoráveis por parte do cliente em relação a serviços específicos [...]”

Após uma reflexão sobre os principais aspectos analisados neste estudo tem-se como sugestões para melhorar também alguns aspectos das empresas Marcopol e Potiguar o seguinte: o sistema de informação deve ser elaborado de modo que as informações por ele propiciadas tenham as características ideais para que a gerência possa tomar decisões seguras a partir de uma informação recebida, considerando que essa informação precisa ser:

- a) Clara - apresentar o fato com clareza, não o mascarando entre os fatos acessórios.
- b) Precisa - a informação deve ser de um alto padrão de precisão e nunca apresentar termos como: “por volta de...”, “cerca de...”, “mais ou menos...”
- c) Rápida - chegar a ponto de decisão em tempo hábil para que surta efeito na referida decisão. Uma informação pode ser muito clara e precisa, mas, se chegar atrasada ao momento da decisão, já perdeu sua razão de ser.
- d) Dirigida - a quem tenha necessidade dela e que irá decidir com base nessa informação.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A área de Informática não pode existir por si só ou somente para atender uma onda da moda. Ela deve estar totalmente alinhada com os objetivos e estratégias organizacionais, trazendo algum ganho a curto, médio e longo prazo para a empresa. A área de Informática deve, sem dúvida, levar em consideração nas funções planejamento, organização, pessoal, direção e controle, a dimensão econômica. A área requer um investimento considerável, tanto para ser implementada como para manter sua atividade.

Assim, o processamento de dados ideal integra todas as atividades de uma empresa ou entidade, obtendo o máximo de resultados possível, partindo do mínimo de informações iniciais. Eis a importância do conhecimento básico sobre processamento de dados por parte dos elementos que participam das posições de planejamento e direção da empresa.

Um sistema de informação deve dar qualidades às informações empresariais, bem como filtrá-las por níveis de decisão, ou seja, subdividi-las em níveis, de acordo com os níveis hierárquicos funcionais que irão utilizá-las e, dos níveis menores, fazer com que se condensem em outras informações para os níveis acima, e assim sucessivamente até o maior escalão de decisão, que deverá receber as informações com um resumo para decisões estratégicas.

A pesquisa se utilizou de informações obtidas a partir de um levantamento de dados que permitiu o fornecimento de elementos capazes de avaliar a visão dos funcionários e dos clientes. Elegeu-se como foco principal a informática como melhoria na qualidade dos serviços das empresas Marcopol e Potiguar.

Com relação a análise dos dados da pesquisa, os resultados foram conforme esperados diante dos objetivos traçados, uma vez que as manifestações

apresentadas demonstram que a importância da capacitação profissional para a vida das pessoas reside no fato de que quanto maior a qualificação, maior é a possibilidade de acesso às oportunidades de trabalho que, por sua vez, têm suas características modificadas a cada dia.

A capacitação dá condições para o exercício de determinadas profissões, bem como motiva o profissional na busca do conhecimento para seu desenvolvimento profissional. No processo de capacitação, a qualificação não deve ser feita apenas nos aspectos técnicos, devendo ser considerados os aspectos psicológicos.

O resultado da pesquisa enfatiza ainda as evidências, haja vista que a formação profissional inicial e continuada leva o indivíduo a ter uma visão mais abrangente das relações de trabalho e obviamente multiplica o saber e as qualificações do trabalhador. É consenso também que o contato constante com novos valores e informações se tornou central para quem quer garantir espaço no mercado de trabalho.

O que se pode deduzir da análise dos dados é que as empresas citadas dispõem de mão-de-obra capaz de executar suas atividades com qualidade e segurança para captar melhores resultados para a empresa.

Outras deduções que se pode chegar é que na era da informação e do conhecimento, as mudanças não são apenas estruturais, mas, sobretudo, comportamentais, transformando o papel das pessoas dentro das empresas, onde o conceito de qualidade de vida no trabalho tornou-se extremamente importante.

As empresas, sejam elas públicas ou privadas, precisam estar preparadas para gerenciar seus recursos humanos, procurando ampliar continuamente os limites do seu desempenho, através de planos, projetos e atividades que possibilitem o

desenvolvimento de suas potencialidades e satisfação de suas necessidades de auto-realização no trabalho, dando-lhes oportunidades de crescimento pessoal e profissional. Isso significa garantir uma boa qualidade de vida para os funcionários que darão retorno imediato junto aos clientes, pois estarão satisfeitos no desenvolvimento de suas funções.

O importante é em todas as ações tomadas em relação à tecnologia, a população funcional seja beneficiada. A informatização veio melhorar tanto a vida do cliente como a do próprio funcionário, visto que com o computador o atendimento se torna mais ágil, proporcionando satisfação de ambas as partes.

Neste sentido, observou-se ao longo da pesquisa que a informática contribuiu tanto no crescimento das empresas quanto de seus funcionários visto que as informações (banco de dados) dão uma grande segurança, pois tem-se uma única informação de cada assunto para diversas utilizações, não havendo duplicidade de dados; confiabilidade podendo se ter mais confiança nos dados colhidos no banco de dados por saber-se que eles são atualizados dinamicamente durante suas utilizações; controles eficientes devido à unicidade de informações para ter-se-á maior eficiência nos controles; rápida apuração dos resultados devido à velocidade de processamento, e a integração de sistemas por meio de teleprocessamento cujas distâncias não serão problemas.

Assim, Cautela e Polloni (1993, p.35) destacam que aumentar a eficiência das diversas áreas através da utilização de uma ferramenta de informática que atenda à maioria das necessidades operacionais da empresa deve, [...] “ser desenvolvida numa linguagem única de programação, utilizando o conceito de base única de dados”.

## REFERÊNCIAS

- ALBERTIN, Alberto Luiz. **Administração de informática: funções e fatores críticos de sucesso.** São Paulo: Atlas, 1999.
- BARROS, Claudius D'Artagnan Cunha de. **Sensibilizando para a qualidade.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992.
- BIO, Sergio Rodrigues. **Sistemas de Informação: um enfoque gerencial.** São Paulo: Atlas, 1993.
- CASAS, Alexandre L. Las. **Marketing de Serviços.** São Paulo: Atlas, 1991.
- CASSARRO, Antonio Carlos. **Sistemas de informação para a tomada de decisões.** São Paulo: Pioneira, 1999.
- CAUTELA, Alciney Lourenço. POLLONI, Enrico Giulio Franco. **Sistema de informação na administração de empresas.** São Paulo: Atlas, 1991.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática.** São Paulo: Makron, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações,** Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Introdução à teoria geral da administração.** São Paulo: Makron, 1993.
- CHINELATTO Filho, João. **A arte de organizar para informatizar.** Rio de Janeiro: LTC, 1993.
- CORNACHIONE, E. B. **Informática para áreas de Ciências Contábeis, Administração e Economia,** São Paulo: Atlas, 1995.
- CORNOR, Samuel R. **Conceitos, problemas e prática de gerência para profissionais de informática,** Rio de Janeiro: SCI, 1986
- CRUZ, Tadeu. **Sistemas de informações gerenciais: tecnologia de informação e a empresa do século XXI.** São Paulo: Atlas, 1998.
- DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- DIAS, D. S. **Sistema de informação e a empresa,** Rio de Janeiro: LTC, 1993.
- DRUCKER, Peter. **Gerente eficaz.** São Paulo: Pioneira Administração e Negócios, 1986.
- FELICIANO NETO, Acácio; FURLAN, Jose Davi; HIGA, Wilson. **Engenharia da Informação.** São Paulo: McGRAW-HILL, 1988.

FREITAS, Henrique M. R. **A informação como ferramenta gerencial**, Rio Grande do Sul: ORTIZ, 1993.

FREITAS, Henrique M. R.; BECKER, João Luiz; KLADIS, Constantin Metaxa; HOPPEN, Norberto. **Informação e decisão: sistemas de apoio e seu impacto**, Porto Alegre: ORTIZ, 1997.

FURLAN, José Davi. **Como elaborar e implementar planejamento estratégico de sistemas de informação**, São Paulo: MAKRON, 1991.

FURLAN, José Davi; IVO, Ivonildo da Motta; AMARAL, Francisco Piedade. **Sistemas de informação executiva**. São Paulo: MAKRON BOOKS, 1994.

GRAEML, Alexandre Reis. **Sistema de Informação: o alinhamento da estratégia de TI com a estratégia corporativa**, São Paulo: Atlas, 2000.

GRANJEIRO, Wilson J. **Administração pública**. Brasília: Qualitymark, 2002.

LIMA, Frederico O.; TEIXEIRA, Paulo C. **Direcionamento estratégico e gestão de pessoas nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2000.

LOSINSKY, Sérgio. **Software: tecnologia do negócio em busca de benefícios e de sucesso na implementação de pacotes de softwares integrados**. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

SANCOVSCHI, Moacir. **Reengenharia de processos e controle interno: uma avaliação comparativa**. **Revista de Administração de Empresas**. Rio de Janeiro. Fundação Getúlio Vargas – abr-jun/1999 – pgs. 64 a 77

VROOM, Victor H. **Gestão de pessoas, não de pessoal: os melhores métodos de motivação e avaliação de desempenho**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

WEISS, Donald H. **Como se relacionar bem no trabalho**. São Paulo: Nobel, 1994.