

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

LUSO SANDES RAPOSO NETO
FABRYNE SANTANA NOLÊTO DE SOUSA
RENATO SANTANA NOLÊTO DA SILVA

**O DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA
PROFISSIONALIZAÇÃO NAS PEQUENAS E MÉDIAS
EMPRESAS DO INTERIOR DO MARANHÃO**

São João dos Patos-MA
2004

LUSO SANDES RAPOSO NETO
FABRYNE SANTANA NOLÊTO DE SOUSA
RENATO SANTANA NOLÊTO DA SILVA

**O DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA
PROFISSIONALIZAÇÃO NAS PEQUENAS E MÉDIAS
EMPRESAS DO INTERIOR DO MARANHÃO**

Monografia apresentada ao Curso
Seqüencial de Administração de
Negócios da Universidade Estadual do
Maranhão – UEMA, como requisito para
a colação de grau do Curso Seqüencial de
Educação Superior em Formação
Específica

São João dos Patos-MA
2004

Neto, Luso Sandes Raposo.

Desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização nas cidades do interior do Maranhão / Luso Sandes Raposo Neto, Fabryne Santana Nolêto de Sousa, Renato Santana Nolêto da Silva – São João dos Patos, 2004.

158 f. il

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

1. Desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização, 2. Qualidade, 3. Satisfação, 4. Capacitação profissional, 5. Fidelização. I. Sousa, Fabryne Santana Nolêto; II. Silva, Renato Santana Nolêto. III. Título

CDU: 658.016 (812.1 São João dos Patos)

LUSO SANDES RAPOSO NETO
FABRYNE SANTANA NOLÊTO DA SILVA
RENATO SANTANA NOLÊTO DE SOUSA

**O DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA
PROFISSIONALIZAÇÃO NAS PEQUENAS E MÉDIAS
EMPRESAS DO INTERIOR DO MARANHÃO**

Monografia apresentada ao curso Sequencial de Administração de Negócios da Universidade Estadual do Maranhão – UEMA, como requisito para a colação de grau do Curso Superior em Formação Específica.

Aprovada em 21 / 01 / 05

BANCA EXAMINADORA



Professor Samuel Velázquez (Orientador)
Universidade Estadual do Maranhão

Prof.:

Prof.:

Prof.:

A todos os nossos familiares

**"E preciso amar as pessoas como se
não houvesse o amanhã"**

Renato Russo

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar a Deus que nos permite estarmos aqui;

Aos Nossos Familiares, que compreenderam nossa ausência durante o desenvolvimento deste Trabalho e nos apoiaram quando mais precisamos;

Ao Professor Samuel Velázquez Que nos passou seus Conhecimentos e nos orientou quando precisamos;

Aos Nossos Colegas de Sala de aula que são companheiros Inseparáveis;

A Nossa Coordenadora Edna Santana pelo esforço de nos proporcionar realizar nosso sonho de estarmos na Universidade;

Hermínia e o Paulo que tiveram paciência e colaboraram conosco neste trabalho;

A Waldeir Correia da Silva e a empresa Keyboard Dactilografia, que editou o Projeto;

E a Todos que diretamente e Indiretamente nos ajudaram a desenvolver este Projeto.

RESUMO

Nesta pesquisa caracterizamos pontos que as empresas procuram desenvolver melhor, que é a satisfação dos clientes, sendo este um aspecto primordial para qualquer negócio, com este estudo apresentamos aos clientes e funcionários da empresa, a verdadeira realidade do mercado, a fim de informar-lhes meios para a conquista de um espaço no mercado.

Evidenciamos neste trabalho, a preocupação das organizações com a capacitação dos seus recursos, garantindo com isso a satisfação da clientela e sua fidelização, que constitui a fórmula mestre de qualquer negócio, desenvolvendo cursos de qualificação, políticas internas que evidenciam a qualidade dos produtos e serviços tornando-se mais sólida frente a concorrência, contando com o comprometimento, participação e opiniões de todos seus integrantes.

- Palavras-chaves:**
1. Desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização
 2. qualidade
 3. satisfação
 4. Capacitação profissional
 5. Fidelização

RESUMEN

En esta pesquisa caracterizamos puntos que las empresas procuran desenvolver mejor, que es la satisfacción de los clientes, siendo este um aspecto primordial para cualquier negocio, con este estudo exponemos a los clientes y funcionarios de las empresas, la verdadera realidad del mercado, a fin de informarles medios para la conquista de un espacio en el mismo.

Evidenciamos en este trabajo, la preocupación de las organizaciones con la capacitación de sus recursos humanos, garantizando con iso la satisfacción que constituye la fórmula maestra de cualquier negocio, desarrollando cursos de cualificación, políticas internas que evidencian la calidad de los productos y servicios tornandose más sólidas frente a la concurrencia, contando con el comprometimiento, participación y opiniones de todos sus integrantes.

Palabras-chave:

1. Desenvolvimento empresarial a partir de la professionalización
2. Calidad
3. Satisfacción
4. Capacitación professional
5. Fidelización

LISTA DE TABELAS

Tabela 3.3.1.: Universo da Pesquisa de Campo	44
Tabela 3.3.2.: Amostragem da Pesquisa de Campo	46
Tabela 3.4.1.: Universo da Pesquisa de Estudo de Caso	47
Tabela 3.4.2.: Coleta de dados da empresa CEMAR	48
Tabela 3.4.3.: Coleta de dados da empresa CAEMA	48
Tabela 4.1.: Análise da faixa etária e o sexo dos funcionários	51
Tabela 4.1.1.: Grau de fidelização em função do controle de qualidade	54
Tabela 4.1.2.: Vantagens do Programa de Excelência em execução com o controle de qualidade	57
Tabela 4.1.3.: Velocidade das informações em função da comunicação na empresa	60
Tabela 4.1.4.: Verificação da valorização do funcionário a partir do tempo da empresa atuante no mercado	63
Tabela 4.2.1.: O papel da interação para os benefícios em que a empresa oferece ao funcionário	67
Tabela 4.2.2.: O Programa de satisfação e suas contribuições para os benefícios oferecidos	71
Tabela 4.2.3.: Importância do controle de clientela e sua periodicidade	74
Tabela 4.2.4.: Avaliação dos aspectos mais prioritários para a fidelização, a partir dos benefícios oferecidos	79
Tabela 4.2.5.: Análise do canal de comunicação e o envolvimento do prestador de serviços na solução das necessidades	83
Tabela 4.2.6.: Avaliação das instalações físicas com os benefícios oferecidos	87
Tabela 4.2.7.: Satisfação tendo em conta a utilização de produtos e serviços e o que o consumidor necessita mais para suas necessidades	91
Tabela 4.2.8.: O papel da informação e os aspectos escolhidos na aquisição de produtos e serviços	94

Tabela 4.2.9.: Importância da tecnologia para o atendimento	97
Tabela 4.3.1.: O porque dos cursos profissionalizantes para o nível de progressão na empresa	102
Tabela 4.3.2.: O papel de treinamento de funcionários para uma melhor interatividade	106
Tabela 4.3.3.: A análise da avaliação do treinamento e duração dos cursos profissionalizantes	109
Tabela 4.3.4.: Análise dos interesses dos clientes com plena capacitação de funcionários	111
Tabela 4.4.1.: O envolvimento do prestador de serviços para um atendimento satisfatório	115
Tabela 4.4.2.: A importância da satisfação conforme a empresa lembra do cliente	118
Tabela 4.4.3.: A relação do atendimento com a de outra empresa no intuito de atrair clientes	122
Tabela 4.4.4.: O grau de satisfação com relação ao atendimento e benefício oferecidos	125
Tabela 4.4.5.: Importância da integração do superior com os clientes para uma boa impressão dos mesmos	129
Tabela 4.4.6.: Importância das reclamações dos clientes na identificação dos pontos fracos e fortes sobre produtos e serviços	132
Tabela 4.5.1.: O controle sobre o desenvolvimento empresarial e quais os setores que mais se desenvolveram	136
Tabela 4.5.2.: Medidas a tomar em função do não desenvolvimento empresarial	139
Tabela 4.5.3.: A importância do desenvolvimento empresarial para o aperfeiçoamento de aspectos responsáveis pela fidelização	144
Tabela 4.5.4.: A avaliação do nível do funcionário no controle de desenvolvimento e qual o aspecto que mais o valorizou	148

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 4.1.: Demonstrativo da Análise da faixa etária e idade dos funcionários	52
Gráfico 4.1.1.: Demonstrativo da fidelidade dos clientes a partir da qualidade controlada	55
Gráfico 4.1.2.: Diagnóstico das vantagens oferecidas pelo programa de excelência e pelo controle de qualidade	59
Gráfico 4.1.3.: Demonstrativo da comunicação como sendo de suma importância às informações na empresa	62
Gráfico 4.1.4.: Amostra da valorização que a empresa tem com os funcionários durante o tempo de atuação	65
Gráfico 4.2.1.: Demonstrativo dos benefícios propostos em função da integração empresa/funcionário	69
Gráfico 4.2.2.: Diagnóstico dos benefícios oferecidos em função dos programas de excelência	73
Gráfico 4.2.3.: Amostra do controle de clientes e sua periodicidade para o desenvolvimento empresarial	77
Gráfico 4.2.4.: Demonstrativo dos benefícios da organização na constatação do grau de fidelização dos diferentes aspectos da mesma	81
Gráfico 4.2.5.: Amostra da influência da comunicação e o envolvimento do prestador de serviços	85
Gráfico 4.2.6.: Demonstrativo dos benefícios e avaliação das instalações físicas	89
Gráfico 4.2.7.: Avaliação da satisfação, a partir da frequência, da utilização do produtos/serviços e mais benefícios que os consumidores requisitam	92
Gráfico 4.2.8.: Demonstrativo da preferência de produtos e serviços em função de informações e aspectos escolhidos pelo consumidor	95
Gráfico 4.2.9.: Demonstrativo do atendimento com tecnologia	99
Gráfico 4.3.1.: Demonstrativo do nível de progressão com os cursos profissionalizantes da empresa	104
Gráfico 4.3.2.: Amostra da interação dos funcionários com relação aos treinamentos	108

Gráfico 4.3.3.: Demonstrativo dos treinamentos avaliados com a duração dos cursos de profissionalização	110
Gráfico 4.3.4.: Ilustrativo dos programas de capacitação para uma melhor avaliação dos interesses da clientela	113
Gráfico 4.4.1.: Amostragem do grau de satisfação com o envolvimento do prestador de serviços, no momento do atendimento	117
Gráfico 4.4.2.: Demonstrativo da preocupação que a empresa tem com a satisfação, em virtude de quando o cliente é lembrado por ela	120
Gráfico 4.4.3.: Ilustrativo da conquista de clientes, em função da relação do atendimento da empresa com outra	124
Gráfico 4.4.4.: Demonstrativo da satisfação dos clientes com os benefícios e atendimento oferecidos	127
Gráfico 4.4.5.: Ilustrativo da integração consumidor/cliente e a impressão dos clientes sobre os atendentes	131
Gráfico 4.4.6.: Amostragem dos pontos fortes e fracos, em virtude das reclamações dos clientes no ato da solicitação	134
Gráfico 4.5.1.: Demonstrativo dos setores mais desenvolvidos, em relação a periodicidade do controle de desenvolvimento empresarial	138
Gráfico 4.5.2.: Ilustragem sobre o que deve-se fazer para evitar situações que comprometam o desenvolvimento empresarial	142
Gráfico 4.5.3.: Amostra dos aspectos que fidelizam na empresa em condições plenas de desenvolvimento empresarial	146
Gráfico 4.5.4.: Amostra dos aspectos em que a empresa valorizou o funcionário ligado ao seu nível de desenvolvimento	150

LISTA DE SIGLAS

CAEMA – Companhia de Águas e Esgotos do Maranhão

CEMAR – Companhia Energética do Maranhão

UEMA – Universidade Estadual do Maranhão

F1 – Funcionário número 1 da empresa CAEMA

F2 – Funcionário número 2 da empresa CAEMA

F3 – Funcionário número 3 da empresa CEMAR

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. REVISÃO LITERÁRIA	23
2.1. Do aprendizado vivido para a plenitude	23
2.2. A qualidade como fator primordial	25
2.3. A consolidação empresarial a partir da satisfação	30
2.4. A qualidade na prestação de serviços com base na capacitação	34
2.5. O papel do marketing na fidelização	38
3. METODOLOGIA	43
3.1. Pesquisa bibliográfica	43
3.2. Pesquisa documental	43
3.3. Pesquisa de Campo	44
3.3.1. Universo e Amostra	44
3.3.2. Procedimentos para coleta de dados	44
3.3.3. Instrumentos	45
3.3.4. Sujeitos entrevistados	46

3.4.Pesquisa Estudo de Caso	46
3.4.1.Universo e amostra	47
3.4.2.Procedimentos para coleta de dados	47
3.4.3. Instrumentos	48
3.4.4. Sujeitos entrevistados	48
4. ANÁLISES E DISCUSSÕES	49
4.1. Análise das pequenas e médias empresas com respeito à qualidade dos seus produtos	52
4.2. Análise do grau de satisfação dos consumidores	66
4.3. O atendimento a partir da capacitação dos funcionários	99
4.4. Comparação do programa de satisfação dos consumidores para o desenvolvimento organizacional das empresas em estudo	114
4.5. Influência que o desenvolvimento das empresas em estudo tem sobre a satisfação dos consumidores	134
5. CONCLUSÃO	151
REFERÊNCIAS	159
APÊNDICE	

CAPÍTULO I

1. INTRODUÇÃO

A realização do presente trabalho concerne às várias formas que uma organização pode submeter-se a considerá-las, em prol do pleno crescimento de si mesmo, uma vez que, as pessoas que constituem toda a gestão administrativa e os processos operacionais, sejam profissionais conscientes de se desempenhar da melhor maneira possível suas funções, sempre reciclando-se, a partir da capacidade de estar constantemente em contato com a informação e o aprendizado. Mostrando-nos possibilidades de desenvolvimento até mesmo para as pessoas, como não somente para a empresa.

“O envolvimento total das pessoas pode ser visto como uma das praticas básicas de trabalho. Entretanto, ele prever que os funcionários assumam muito mais responsabilidades no uso de suas habilidades para o beneficio de sua companhia como um todo. Eles são treinados, capacitados e motivados a assumir total responsabilidade sob todos os aspectos de seu trabalho. Por outro lado confia-se que irão assumir tais responsabilidades com autonomia em sua própria área de trabalho.[...]” (Nigel Slack, 1999, p. 366).

O nosso tema: **Desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização nas pequenas e medias empresas do interior do maranhão** é bastante abrangente e relativo a realidade que acontece com as organizações em geral, sendo mais restrito à aquelas que estão sempre inovando e aplicando técnicas administrativas de desempenho e conseqüentemente vencendo barreiras e/ou obstáculos que o mercado impõe. O tema é bastante presente e concreto ao mundo de negócios que nós futuros gestores iremos nos defrontar, quando tomarmos iniciativas empreendedoras.

Argumentar o desenvolvimento dentro de uma empresa é tarefa de grande importância, quando se quer medir um envolvimento operacional e administrativo, com relação aos anseios pré-estabelecidos pela corporação de administradores da empresa, onde sua boa índole e senso de profissionalismo serão essenciais para o bom empenho e

desempenho dos recursos humanos, e suas designadas funções de produção de bens e prestação de serviços, nas quais ambas tem um algo em comum, que é a fidelização e satisfação do consumidor.

Nossa problemática consiste em analisar em que medidas a qualidade dos produtos encontrados nos estabelecimentos privados e públicos tem influenciado no crescimento da satisfação dos clientes, em relação a uma maior disponibilidade de produtos no ramo empresarial na cidade de São João dos Patos, nos dois últimos anos. Será que a tecnologia usada muito influenciará nessa qualidade? Os treinamentos estão sendo eficientes na preparação do funcionário para o atendimento? Os benefícios oferecidos estão sendo suficientes para a satisfação dos clientes?

Ao analisar a qualidade dos produtos, tendo em vista a satisfação dos clientes, é notório que em São João dos Patos os consumidores cada vez mais exigem das empresas produtos de alta qualidade. Sendo assim, as empresas em questão estão buscando mais recursos para disponibilizar ao seus clientes produtos com mais qualidades e acima de tudo melhorando o nível de satisfação dos mesmos, no que diz respeito não só a produtos, mas sim em tecnologia, conforto e serviços.

Esta pesquisa visa oferecer informações precisas dos produtos e serviços dentro da empresa e fora dela para que possa incluir mudanças significativas no mercado, permitindo a empresa em estudo ter uma maior fatia de mercado, cujo este encontra-se altamente competitivo. No entanto, elevar a cada dia a satisfação de sua clientela, com certeza será de suma importância para o crescimento e o desenvolvimento da economia local.

Acreditamos que a capacitação profissional aliada ao uso das modernas tecnologias, influenciando na fidelização dos clientes a partir da satisfação de suas necessidades.

Para uma empresa tornar-se competitiva, tem que aderir ao fato de que o cliente é a alma do negócio e para conseguir a sua total satisfação cabe aos funcionários estarem

preparados a defrontar-se a diferentes situações, clientes exigentes ou não, clientes que estão cada vez mais conhecedores da qualidade do produto, preço acessível, durabilidade e outras coisas mais.

Diante do que foi exposto, reivindicamos aos funcionários em seu montante, um programa de treinamento sempre que houver necessidade de tornar sua capacitação profissional condizente com as requisições dos consumidores, aliando a esses programas o uso de recursos tecnológicos, que sobrecai como um reforço a qualidade do produto/serviço, além de tornar para a fidelização da clientela o atendimento mais ágil e prático.

“Gerenes de produção não precisam ser especialistas na tecnologia que estão gerenciando, mas devem ser capazes de entender o suficiente sobre a tecnologia para definir seu propósito, a forma pela qual ele vai desempenhar sua função, os benefícios de usar a tecnologia em sua operação e as limitações que o uso da tecnologia pode colocar na operação.”(Nigel Slack, 1999, p. 197).

O objetivo geral deste trabalho consisti em demonstrar a importância do desenvolvimento empresarial é sua referência na qualidade dos produtos através dos programas de capacitação profissional nas pequenas e médias empresas.

Buscaremos demonstrar através de pesquisas feitas junto aos consumidores, que a capacitação profissional por sua vez trará melhores resultados para os funcionários e conseqüentemente aos clientes, e até mesmo para a própria empresa. Tendo como ponto de referência inúmeros benefícios, no que diz respeito a qualidade dos produtos. Se a empresa fizer realmente um programa de capacitação profissional com seriedade, certamente conseguirá satisfazer seus consumidores, proporcionando a eles produtos, serviços e um atendimento diferenciado, elevando a alta estima dos mesmos e com isso ter um relacionamento dentro e fora da organização com clareza e segurança.

Este estudo tem por finalidade identificar a importância da capacitação profissional dentro de uma empresa com intuito de melhorar os conhecimentos dos profissionais que lá se encontram, e promover soluções e mudanças necessárias que permitam as empresas estarem sempre atingindo de forma satisfatória todas as exigências dos

consumidores, tendo por vista que a capacitação profissional além de reciclar todos os funcionários, melhora também a qualidade de seus produtos e acima de tudo garante um desenvolvimento empresarial, que será um fator de suma importância para os negócios.

“As empresas que apresentam historias de sucesso recente tem se preocupado em conciliar expectativa de desenvolvimento das pessoas e da empresa, como forma de obter maior envolvimento e comprometimento das pessoas com os objetivos estratégicos da empresa.” (Prestes Mota, 1997, p. 160)

Nosso primeiro objetivo específico consisti em analisar a qualidade dos produtos existentes nas pequenas e medias empresas, porque pretendemos conscientizar os empresários de que a qualidade é importante para a satisfação do cliente, ao garanti uma boa aceitação do produto oferecido, analisando o controle de qualidade no processo de fidelização do consumidor; a forma como são passadas as informações para assim garantir uma ótima comunicação na empresa e a valorização dos funcionários em todos os aspectos possíveis e em todos os dias possíveis independente do tempo em que a empresa atua no mercado.

O segundo objetivo específico consiste em constatar o nível de satisfação dos clientes das empresas em estudo, porque desta forma estaremos dando ênfase ao desenvolvimento da empresa, no que se refere a um futuro com dinamismo nas vendas e conseqüentemente na obtenção de lucro pela qualidade preferida e conhecida pelo consumidor, caracterizada então pelos beneficios e contidos em cada produto, analisando o nível de interação da empresa x funcionários com os beneficios que a mesma proporciona; o uso do controle de clientela com uma periodicidade de acordo com a necessidade de conhecer-se os atributos dos consumidores e as formas como a empresa mantém clientes fieis identificando aqueles beneficios mais valorizados pelos mesmos.

O nosso terceiro objetivo consisti em constatar o nível de capacitação e seus reflexos no atendimento, porque procuramos trazer para as empresas em estudo a satisfação total, em virtude da qualidade na prestação de serviços, a partir de programas de capacitação que tragam ao pessoal do setor referente, a consciência de se desempenhar um atendimento

eficiente, analisando o nível de progressão dentro da empresa com a aplicação dos cursos profissionalizantes influenciados pela questão de quem ministra tais cursos; tempo que durou os cursos profissionalizantes constando a sua suficiência no momento da avaliação do treinamento e o tempo em que a empresa costuma fazer programas de capacitação, tornando os funcionários capazes de satisfazer os interesses dos clientes.

O quarto objetivo consiste em comparar os programas de satisfação dos clientes estabelecidos nas empresas estudadas e sua importância para o crescimento da empresa, porque procuramos o maior envolvimento dos funcionários, no que diz respeito ao atendimento prestado, a produção e as formas de comercialização do produto, que traga bom nível de satisfação condizente as expectativas dos consumidores, analisando o envolvimento do prestador de serviços na solução das necessidades do cliente e o grau de satisfação também do cliente com o atendimento prestado; o atendimento dessa empresa com relação à outra empresa como forma para se conseguir mais clientes, e o grau de satisfação com relação ao atendimento com base nos benefícios que a empresa fornece.

“Necessidade da empresa obter um comprometimento/envolvimento efetivo do trabalhador com os objetivos e estratégias da empresa como forma de obter vantagens competitivas – essa efetiva tem sido alcançada por meio de uma relação de contínua agregação de valor tanto para a pessoa quanto para a empresa.” (Prestes Motta, 1997, p 161).

O quinto e último objetivo específico, consiste em verificar a importância do desenvolvimento empresarial na satisfação dos clientes das empresas em estudo, porque queremos demonstrar a importância de se impor nas empresas estratégias empresariais fundamentadas na satisfação do consumidor e responsáveis também pelo desenvolvimento no ambiente das empresas, representando um ponto chave para a efetivação e sustentação da mesma, analisando a periodicidade do controle sobre o desenvolvimento empresarial, esperando assim ser suficiente para o desenvolvimento dos setores; o que se deve fazer para algumas situações inconvenientes não venha ameaçar o desenvolvimento da empresa e o processo de valorização de seu funcionário com o comprometimento do mesmo e sua auto-

capacitação que garante um pleno nível de desenvolvimento do funcionário ao se fazer o controle de desenvolvimento.

Nossa metodologia é desenvolvida, a partir de métodos que nos dá embasamento para o bom conhecimento do assunto. Sendo que relevamos a importância de entrevistas e pesquisas aplicadas, nas quais nos dará a consciência de obter-se documentos e informações sobre amostras adequadas de pessoas físicas e jurídicas que compõe o universo estudado.

Para análise do estudo, utilizamos informações, através de coletas de dados e instrumentos, com o intuito de nos mostrar a realidade que facilitará a determinação do estado atual da empresa, para uma conjectura sobre o desenvolvimento da mesma, através de irremediações aplicadas necessariamente.

O trabalho divide-se em 5 Capítulos, onde:

Onde o capítulo I: A Introdução, tratamos da importância do desenvolvimento das empresas em estudo, a sua competitividade com relação a qualidade de produtos e serviços e a capacitação dos funcionários.

No capítulo II: A Revisão Literária, abordamos a história das empresas em questão, tomando como fundamento para o estudo, idéias de quatro autores (Nigel Slack, Mauro Caon, Paulo Fernando Fleury, Fernando C. Prestes Motta), que condizem com a importância desse trabalho para a sociedade, onde procura mostrar os benefícios, vantagens e formas para o desenvolvimento empresarial.

No capítulo III: A Metodologia estruturou-se no uso de métodos teóricos, práticos e empíricos; diversas pesquisas com a inserção de questionários e entrevistas, abordando um ambiente interno e externo, perante a obtenção de dados concretos à realidade de empresas em questão, com comparativos, visando melhor compreensão dos desejos, contradições, opiniões, sugestões de melhorias e semelhanças.

No capítulo IV: Discussões e Análises, verifica a importância do desenvolvimento empresarial, especialmente, sobre um futuro no mercado competitivo; onde se averiguou

através de dados obtidos, metas com respeito ao crescimento e o que se deve fazer para acontecê-lo.

No capítulo V: Conclusões, temos os resultados da análise dos dados colhidos para a execução do presente trabalho e em seguida as considerações finais acerca do tema escolhido.

Na nossa pesquisa foram mencionadas duas empresas consideradas de grande porte, com a finalidade de solucionar problemas e principalmente suprir todas as necessidades da população de São João dos Patos. No entanto, vimos neste estudo que os grupos sociais mais se beneficiarão serão os empresários (pessoas jurídicas), pois hoje os mesmos se encontram bem acentuados no mercado por conta da disponibilidade das empresas em proporcionar produtos e serviços de qualidade, assim sendo conhecido e tendo o prestígio em toda região como um todo.

Os consumidores também serão beneficiados, tendo o privilégio de adquirir produtos excelentes e importantes para sua plena satisfação. Produtos estes de grande utilidade, disponibilidade e aceitação no mercado que levará para a população em geral, um padrão de vida melhor e com mais qualidade.

Trará grandes benefícios para a sociedade de São João dos Patos, como qualidade em termos de: energia, água, telefone, garantia de funcionamento das empresas e seu desenvolvimento, sendo que os produtos e serviços das empresas em pesquisa trazem crescimento econômico para a cidade que conseqüentemente terá um mercado local crescente, lucrativo, com mais empregabilidade e renda.

“Algumas tecnologias de processamento de consumidores tem uma interação direta com o consumidor, mesmo que o consumidor não controle diretamente a tecnologia. Muitas tecnologias de transporte e medicas são desse tipo.”(Nigel Slack, 1999, p. 198).

Além de todos os benefícios citados anteriormente, não poderíamos deixar de mencionar um dos aspectos mais interessante por conta dos produtos disponíveis pelas

empresas estudadas, o avanço tecnológico que está a cada dia crescendo e proporcionando a sociedade melhores condições de trabalho, mais rapidez nos serviços e conforto dos consumidores.

CAPÍTULO II

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Do aprendizado vivido para a plenitude

Nessas teorias de administração, o processo de produção é concebido sob a abordagem da engenharia, na qual administrar é um processo regulatório potencializado para a modelagem do processo de produção em vista da realização de metas dentro de parâmetro e tempo e custo. Nessa abordagem, pressupondo-se que o monitoramento preciso de todos os seus eventos garanta a eficiência do resultado. Esse monitoramento é garantido em sua eficácia pelo conhecimento científico, por meio de instrumentos de transformações e controle e predição, e sob mecanismos de coordenação como é o caso de autoridade gerencial.” Desenvolver a capacidade infinita do homem, conciliar as suas necessidades pessoais é o caminho que, cada vez mais, as empresas estão percorrendo para a conquista sustentada da excelência”. (G.Boog, 1995, p.325).

O desenvolvimento empresarial baseia-se nos conceitos e métodos das ciências e comportamentos, e métodos da ciência do comportamento, e visualiza a organização como um sistema total e compromete-se a melhorar a eficácia da organização em longo prazo, mediante intervenções construtivas em processos e estruturas organizacionais.

Para o desempenho dessa função, conta-se com a regulagem da competência profissional que é adquirida por meios de atividades desempenhadas para ensinar os procedimentos aos funcionários e atestá-los nas habilidades que estes requerem. Grande parte dessa regulagem da competência foi inspirada nos laboratórios na psicologia e criada por diversos especialistas em ciência comportamentais por meio da experiência do cotidiano.

Como os administradores eram leigos em técnicas aprendizagem e, nessa forma de concepção do processo de produção, parte da regulação dependia do uso dessas técnicas, as ciências comportamentais foram requisitadas como colaboradores da administração para fornecer informações seguras sobre as condições e instrumentos de aprendizagem.

“Essa rede tanto vale em nível de grupo como em nível dos indivíduos. O conhecimento recebido não é um simples recurso a mais que se tem, mas algo que pode demandar rearticulação de toda a rede de negociação e de interdependência entre os grupos e indivíduos. (G. Boog, 1995, p. 30).

A preparação desse profissional implica o aprendizado da cristalinidade de conduta, da comunicação de sua racionalidade de ação e da utilização pode ser configurada como o quanto sua conduta reflete suas intenções. A utilização de suas experiências passadas revela a aquisição de habilidades por meio da reflexão sobre sua própria ação. Isso significa que há uma tendência de valorizar os instrumentos individuais reguladores da maturidade e da autonomia para poder garantir resultados em grupos nos quais o indivíduo vive situação de autonomia.

Devido a essas contingências, o profissional da empresa atual aproxima-se mais do modelo do profissional liberal. Ele é alguém que recebe uma missão e é livre para estruturar o como faz; depende menos da chefias operando numa situação de partilha de Recursos. A partir dos programas de treinamento tendem a dar ênfase ao desenvolvimento da capacitação de parceria como condição para ser eficaz nas missões. Nos casos em que há sucesso na implementação de novas estratégias de administração, como a qualidade total e reengenharia, o desenvolvimento da partilha de recursos tão merecido o status de condição crucial.

O Desenvolvimento profissional ganhou mais importância com a evolução da gestão de empresas do paradigma da administração científica para o paradigma do trabalho mais autônomo. Isso sinaliza que o indivíduo esta mais próximo de ser reconhecido, dentro da empresa, como o sujeito que ele é pela sua condição antológica. Na verdade, essa

metamorfose coloca sua indeterminância como elemento crucial para seu pleno desenvolvimento, tal como a empresa necessita dele. Isso significa que a empresa tendo em vista a preparação de seus futuros profissionais deverá investir mais na sua carreira, não entendida como ascensão na escala de poder porque os níveis hierárquicos estão diminuindo, mas não estimulação de sua identidade profissional, que é o capital que ele dispõe para negociar sua inserção no mundo do trabalho já que esse mundo tende a eliminar a intermediação da burocracia nesse sentido, ajudar as pessoas a construir seu próprio projeto profissional é ajudar a construir o projeto da própria empresa.

2.2. A qualidade como fator primordial

A qualidade do produto é de fundamental importância para satisfação dos clientes, por isso é necessário que as empresas torne-se cada vez mais fiéis com os consumidores, pois os clientes satisfeitos é sinal de produtos com qualidade e com isso aumenta a lucratividade ocorrendo o desenvolvimento total da empresa. A qualidade é tão importante para o desenvolvimento e desempenho de qualquer organização, uma tarefa chave da função de operações deve ser garantir que ela proporcione bens e serviços de qualidade para os seus consumidores internos e externos. Isso não é necessariamente direto. Por exemplo, apesar da revolução da qualidade, não há definições claras ou consensuais de que a qualidade significa. Na verdade, há tantas definições de qualidades quanto há pessoas escrevendo sobre ela.

A qualidade do produto está intimamente ligada com a lucratividade da empresa. A qualidade do produto e serviço que queira conseguir mais e mais clientes satisfeitos, por isso é necessário que todas as empresas se preocupe com a qualidade de seus produtos e serviços prestados aos clientes.”A satisfação do cliente e a lucratividade da empresa estão estreitamente ligadas à qualidade dos produtos e serviços”. (KOTLER, 2000, p.400)

A qualidade do produto ou serviço deve ser administrado de uma forma mais

organizada, mais dirigida, a um maior índice de qualidade ao produto ou serviço em que os clientes fiquem satisfeitos. Assim significará assegurar o tratamento adequado e personalizado a cada cliente, informando-o sobre os valores, os produtos ofertados e buscando formas alternativas de tratamento necessário.

A qualidade é fundamental em qualquer empresa ou prestadora de serviço que queira conquistar um maior índice de qualidade desejada. Para isso acontecer é necessário que as empresas e as prestadoras de serviços disponham de uma maior qualidade de produtos e serviços oferecidos aos clientes. O bom desempenho da qualidade é uma operação que trás não só a satisfação dos consumidores, também torna a vida mais fácil das pessoas envolvidas na operação, isso mostra que a satisfação dos clientes internos é tão importante quanto dos externos.

“[...] a empresa proporcionou qualidade sempre que seu produto ou serviço atendeu ou superou as necessidades, requisitos ou expectativas do cliente. A empresa que satisfaz na maioria das vezes a maior parte das necessidades de seus clientes é uma empresa de qualidade.” (KOTLER,2000 ,p.400)

Os produtos ou serviços de qualidade tem que suprir as vontades dos clientes, para que os clientes supram estes produtos e serviços são necessários requisitos que garantam a qualidade do produto ou do serviço prestado ao cliente. A qualidade dos produtos e serviços de vê ser de alta prioridade das empresas.

A concorrência hoje em dia estimula as empresas a produzir com qualidade seus produtos para que venha a conquistar novos mercados não só no Brasil, mas também no mundo inteiro. A qualidade é fundamental no crescimento de um país. Se um país produz produtos de qualidade conseqüentemente atingirão seus objetivos. Com certeza o país produzirá ainda mais com mais qualidade e aperfeiçoamento. E para que isso ocorra, é necessário que a organização assegure-se que o produto final, ou input, venha atender as exigências e necessidades de seus clientes.

“Para um número cada vez maior de empresas a concorrência não é mais um assunto local, tornou-se um assunto global. Assim, as empresas nacionais precisam esforçar-se para produzir bens competitivos e de qualidade superior para o mercado mundial”

Quando o cliente procura um produto ou serviço ele está buscando vantagens tanto a nível de qualidade como a nível de satisfação. Vence quem tem o melhor produto ou serviço, que o cliente está procurando. Lembrando que a qualidade precisa ser entendida do ponto de vista do consumidor, porque para o consumidor a qualidade de um produto ou serviço em particular é aquilo que ele percebe como sendo qualidade. Dessa forma se faz necessário distribuir-se a qualidade em todos os aspectos e produtos ou serviços, garantindo assim a qualidade total. Por exemplo: se temos um automóvel, atualmente lançado no mercado, para a percepção de alguns consumidores, o seu designer será a sua grande qualidade, enquanto para outros o seu rendimento é que vai ser a sua grande qualidade.

A qualidade é o fator no qual qualquer empresa que venha produzir, com certeza essa empresa será bem sucedida.

A qualidade começa nos desejos dos clientes em busca de um produto que satisfaça as suas necessidades e suas expectativas, onde a experiência com o produto ou serviço for melhor do que a esperada, então o cliente ficará satisfeito e a qualidade será percebida como alta. Essa qualidade percebida pelo consumidor, pode ajudar a entender como as operações gerenciam a qualidade e identificam alguns dos problemas de fazer isto. Embora a qualidade dos produtos se esforce para o aperfeiçoamento contínuo. Embora grandes melhorias exigem soluções que visam a qualidade total do produto ou serviço prestado pela empresa.

A qualidade é necessária, mas pode não ser suficiente, melhorar a qualidade numa empresa é absolutamente imprescindível para atender bem as necessidades dos consumidores mais exigentes com relação à qualidade do produto ou serviço prestado pela empresa. Esse melhoramento é baseado na inovação. Pressume-se que o principal veículo para o melhoramento é uma mudança grande e dramática na forma como a operação trabalha. Por

exemplo: a introdução de uma máquina nova, mais eficiente, na fábrica ou o total reprojetado de um sistema computadorizado ou a introdução de programa de capacitação novo e melhor, enfim, são todos os exemplos de melhoramento para a qualidade. O impacto desse melhoramento é relativamente repentino e representa um degrau de mudança na prática, freqüentemente envolvendo mudanças nos projetos e serviços ou na tecnologia do processo.

“A qualidade requer o compromisso total dos empregados, na qualidade pode ser fornecida apenas empresas nas quais todos os empregados se comprometem com ela. estão treinados e motivados para atingi-la. As empresas bem-sucedidas removem as barreiras.” (KOTLER, 2000, p.402.)

Os administradores argumentam que para obter maior qualidade significava custos mais altos e produtos mais aperfeiçoados. A qualidade envolve o aprendizado dos modos de fazer a coisa certa. A qualidade não é inspecionada, precisa ser planejada e organizada melhor e assim reduz custos para que o cliente não saia perdendo.

O bom desempenho de qualidade é uma operação que não apenas leva a satisfação dos consumidores externos. Também torna mais fácil a vida das pessoas envolvidas na operação. Satisfazer os clientes internos pode ser tão importante quanto satisfazer os clientes externos.

Hoje as empresas que não acompanharem as mudanças que estão acontecendo no mercado mundial e nacional não conseguirão produzir produtos e serviços com mais alta qualidade possível. É o cliente que exige produtos com muita qualidade e disponibilidade de escolher.

“O aperfeiçoamento da qualidade requerer saltos bem delimitados, embora a empresa se esforce para o aperfeiçoamento contínuo da qualidade, deve as vezes buscar um aprimoramento específico e bem delimitado. Há momentos em que a empresa pode obter pequenas melhorias trabalhando duro. Contudo, grandes melhorias exigem soluções inteiramente novas e um trabalho mais eficiente ” (KOTLER, 2000, p.402)

A satisfação do cliente é o fator responsável pelo sucesso das empresas que produzem produtos e serviços de ótima qualidade. Administração cuida de planejar, de organizar, de dirigir e de controlar as empresas para que seus produtos e serviços tenham uma melhor

aceitação nos mercados internacionais e nacionais, em que o cliente fique muito satisfeito com seus produtos e serviços adquiridos. Os serviços ao consumidor englobam todos os aspectos avaliados pelos mesmos quando ele entra em contato com a empresa, onde o foco principal é a qualidade do produto final, seguido da sua disponibilidade e prazo de entrega, contado a partir do momento do recebimento do pedido até a entrega efetiva do produto acabado. Enfim os critérios de desempenho ligados a entrega dos produtos aos clientes são bastante importantes para sua satisfação e competitividade da empresa, embora essa importância possa variar dependendo do mercado que está sendo estabelecido.

Os clientes hoje em dia se deparam com um leque cada vez mais amplo de possibilidades de escolha de produtos e serviços em que o mercado tem para oferecer aos clientes com muito mais qualidade. Então, neste sentido, é preciso encantar os clientes rentáveis, conhecer perfeitamente as suas necessidades, proporcionar-lhes atenção individualizada, ou seja, um tratamento que seja personalizado, atributos estes cada vez mais valorizados entre aqueles que constituem o conceito de satisfação do cliente. E nessa idéia trazer uma diferenciação no mercado competitivo, pois está mais que comprovado que as empresas devem compreender as vantagens de valor de satisfação para o cliente.

A qualidade de diversos produtos, só tem aceitação se os consumidores ficarem satisfeitos com o produto que foi adquirido. De uma forma ou de outra só tem sucesso àqueles produtos que apresentarem tais características qualitativas, de melhor textura, de melhor durabilidade, de melhor perfeição e de uma melhor confiabilidade nos produtos ou serviços possuídos. Todo produto ou serviço tem que obedecer a vários padrões de qualidade, porque se obedecer com certeza estes produtos ou serviços terão uma aceitação melhor no mercado internacional e nacional. “[...] o cliente encantado cria um vínculo emocional com um produto ou serviço, não apenas uma preferência racional, o que cria nele um alto nível de liberdade”. (Kotler, 2000, 1. 394).

2.3. A consolidação empresarial a partir da satisfação

A satisfação do cliente é ao mesmo tempo um objetivo e um fato dominante no seu sucesso. Elas e outras empresas aprendem que os clientes altamente satisfeitos lhes trazem diversos benefícios. “A satisfação do cliente com uma compra depende do desempenho do produto com relação às suas expectativas.” (Kotler, 2000, p. 394).

Um cliente pode ter vários níveis de satisfação. Se o desempenho ficar abaixo dessas expectativas, o cliente ficará insatisfeito, se o produto preencher as expectativas, ele ficará satisfeito e altamente encantado. Quando os clientes fazem uma compra, não estão simplesmente comprando um serviço ou produto. Estão comprando um conjunto de benefícios esperados para atender as suas necessidades e expectativas. Isto é conhecido como conceito do produto ou serviço. Por exemplo: quando os clientes compram um determinado produto, estão comprando um conjunto de benefícios esperados que cubra as suas expectativas.

Do ponto de vista do cliente, um produto é um pacote de elementos tangíveis e intangíveis que juntos oferecem valor para satisfazer seus desejos e necessidades. A oferta de um pacote de valor superior faz mais do que satisfazer os clientes, ele incentiva a lealdade do cliente, que por sua vez leva a relacionamentos mais fortes e mais duradouros e, em última análise, há uma maior lucratividade. Tanto a empresa quanto o cliente se beneficiam quando os pacotes de valor são concebidos para encantar e não apenas para satisfazer as necessidades dos consumidores.

A satisfação do cliente é estimulada por fatores que facilita suas compras, desejos e necessidades, portanto precisa de uma fundamental qualidade nos produtos e nas prestações de serviços disponível ao cliente. E que essa qualidade tenha sempre um melhoramento contínuo, assegurando que nenhum dia deve passar sem que a empresa melhore sua posição competitiva. Todos dentro da empresa são responsáveis por isto, e devem trabalhar neste

sentido. Dessa forma, um problema ou um erro acontecido dentro do sistema deve ser visto como uma oportunidade de melhoramento. É importante, sob a ótica desse melhoramento contínuo, estabelecer metas bastante otimistas, mesmo que entendíveis como forma de direcionar um incremento de produtividade e também de atendimento.

A empresa deverá analisar seus custos e desempenho em cada atividade criadora de valor, na medida em que a empresa puder desempenhar suas atividades para alcançar a satisfação total dos clientes. Essa análise tem como por objetivo, tentar reduzir custos e prevenir quaisquer custos desnecessários, antes de produzir os produtos ou serviços. De forma simples, tentar eliminar quaisquer custos que não contribua para o valor e o desempenho do produto ou serviço. “[...] pode sempre aumentar a satisfação do cliente reduzindo seus preços ou melhorando seus serviços, mas isso pode resultar em lucros menores”. (Kotler, 2000, p. 394).

Aparecendo como uma questão primordial e com o mercado muito mais competitivo, as empresas de hoje estão cada vez mais interessadas em promover a lealdade e o compromisso do cliente. Então para se obter uma vantagem competitiva, as empresas têm que ter como objetivo, projetar produtos e serviços e satisfazer os consumidores, atendendo as suas expectativas e necessidades atuais ou futuras, por sua vez, melhora a competitividade da organização. Pode-se observar, portanto, que o projeto de produto ou serviço tem seu início com o consumidor e nele termina. Primeiro, a tarefa de marketing é reunir informações dos clientes (e, às vezes, de não clientes) para compreender e identificar suas necessidades e expectativas e também para procurar possíveis oportunidades de mercado. Seguindo isto, a tarefa dos projetistas de produtos e serviços é analisar essas necessidades e expectativas, como interpretadas por marketing e criar uma especificação para o produto ou serviço.

Os profissionais de hoje devem pensar não apenas na venda dos produtos atuais, mas também em como estimular o desenvolvimento de produtos melhores, buscando assim uma diferenciação, exclusividade ou característica do produto que seja valorizado pelos

clientes. Neste sentido, não desprezando as questões referentes a custo, pode-se trabalhar considerando a qualidade do produto, a imagem, a marca, a assistência técnica, a entrega imediata e pontual e etc; procurando diferenciar seus produtos e com isso obter uma margem maior de lucro, dessa forma trabalhar-se-a mais, procurando dar mais atividade a seus negócios para que possam suprir as necessidades dos clientes.

Tanto a empresa quanto o cliente se beneficiam quando os pacotes e valores são concebidos para encantar, e não apenas para satisfazer as necessidades dos consumidores. Isso significa que o produto ganha mais valor aos olhos do cliente na medida em que o consumidor adicionou valor ao produto em si. Dessa maneira uma significativa diferenciação da oferta total (isto é, o produto em si, mais o pacote de serviços) pode ser alcançada. Essa diferenciação requer uma abordagem de marketing mais segmentada, de forma a identificar as exigências de valor de determinados segmentos de clientes a serem atendidos.

Ao incentivar a lealdade do cliente, que por sua vez leva a relacionamentos mais fortes e mais duradouros e, em última análise, a uma maior lucratividade. E com a lucratividade aparecendo como uma questão primordial, as empresas estão cada vez mais interessadas em promover a lealdade e o compromisso do cliente; em um processo de estabelecer e manter relacionados de longo prazo mutuamente benéficos entre as organizações e seus clientes, empregados e ou grupos de interesse.

“[...] a empresa deve proporcionar um alto grau de satisfação para o cliente e simultaneamente produzir níveis de satisfação ao menos aceitáveis para os outros grupos a ela vinculados. Isto exige um equilíbrio bastante delicado: o profissional de marketing deve continuar mais valor e satisfação para o cliente, sem abandonar os de casa.” (Kotler, 2000, p. 395).

O cliente deve ser convidado para participar do processo de melhoria de qualidade dos serviços que sua empresa oferece a ele. A maioria dos clientes desejam receber um melhor atendimento. Ao demonstrar o seu interesse em fazer isso, eles percebem uma grande oportunidade. A partir de então, a empresa pode desenvolver equipes focadas em clientes estratégicos que busquem um atendimento comum sobre características de produtos e

serviços, a fim de torná-los atrativos para aquela classe de clientes, fornecendo assim um ponto de contato único para todos os clientes, atendendo de forma eficiente as suas consultas e requisições.

A influência do consumidor nos objetivos de desempenho está expressamente claro, onde todos os aspectos que influenciam a prioridade que uma organização dá a seus objetivos de desempenho, os mais imediatos são os dos consumidores da organização. A produção procura satisfazer aos clientes, desenvolvendo seus objetivos de desempenho. Por exemplo, se os consumidores valorizam especialmente produtos ou serviços de baixo preço, a produção dará ênfase a seu desempenho em custos. Se os consumidores insistirem em produtos ou serviços e isentos de erros, a produção concentrar-se-á em seu desempenho e qualidade. Ênfase dos consumidores em entrega rápida tornará o critério de velocidade importante para a produção, enquanto a ênfase em confiabilidade de entrega tornará o critério confiabilidade importante. Se os consumidores esperarem produtos e serviços muito inovadores, a produção deverá proporcionar alto grau de flexibilidade para conseguir inovar para os seus consumidores antes que seus rivais.

Hoje as empresas de maior destaque fazem de tudo para manter seus clientes. Muitos mercados já atingiram a maturidade e sendo a competição cada vez maior, e os custos para atrair novos clientes sobem cada vez mais, cabe as empresas estabelecer suas estratégias competitivas que garantirão a permanência no mercado, onde a escolha de determinada estratégia competitiva define a locação de recursos e habilidades organizacionais necessárias para a produção de bens e/ou serviços oferecidos ao mercado. Como por exemplo: venda de produtos com a qualidade superior a concorrência, e preços reduzidos, que fidelizem a sua clientela, trazendo ao mesmo tempo para empresa um aumento do seu poder de venda e gerações de lucros. E a melhor maneira para manter clientes é oferecer-lhes aos níveis de satisfação e valor, que resultem em forte lealdade.

A empresa não deve cortejar e satisfazer cada cliente e tão pouco devem tentar

satisfazer todos os seus caprichos.

As empresas para serem sucedidas e sobreviverem no mercado atual e serem vencedoras devem ser centrada no cliente. Devem adotar a filosofia de criar clientes e não apenas criar produtos. E para que isso ocorra a empresa deve definir um nível de serviço adequado.

Nem sempre o ideal é buscar um nível de serviço excelente, ou seja, pronta entrega de produtos acabados, prazo de entrega curtíssimo para itens produzidos sobre encomenda, alta flexibilidade de entrega, entre outros, porque o alto desempenho desses critérios não é conseguido sem que tenhamos arcar com custos que podem comprometer outros aspectos de desempenho da empresa. Pronta entrega de produtos geralmente requer estoques de acabados, dimensionados inclusive para tomar conta das incertezas da demanda. Prazo de entrega curto muitas vezes requer capacidade em excesso e/ou estoque de semi-acabados, também dimensionados para dar conta das incertezas da demanda.

É importante, então, procurar definir o nível de serviço adequado às necessidades dos mercados-alvo visados pela empresa para não desperdiçar recursos com o que não torna a empresa mais competitiva, comprometendo sua competitividade e outros aspectos.

2.4. A qualidade na prestação de serviços com base na capacitação

A capacitação profissional se for desempenhada de uma forma bem qualificada alcançará a satisfação dos clientes, e com certeza os clientes estarão fiéis a empresa, mas para acontecer todos estes progressos é necessário que as empresas alcancem seus objetivos com relação aos produtos e serviços de ótima qualidade, através dos processos de treinamento que objetiva o desenvolvimento de competências para as funções ligadas ao setor de produção e o setor de atendimento, o que implica numa preparação dos profissionais que garantirão o amanhã da empresa e o melhoramento constante da qualidade dos produtos e serviços que é

definido como um dos fatores de sucesso para a organização, onde todas as pessoas, do ponto mais alto da pirâmide hierárquica até a base, devem estar conscientes dessa meta estabelecida e só assim as empresas passarão a desenvolver melhor seus lucros e deveres com tais planejamentos e uma maior qualidade, aí sim chegarão a um desenvolvimento empresarial de uma ótima aceitação no mercado.

Hoje se as empresas não investirem em uma capacitação mais planejada e dinamizada provavelmente estas empresas entraram em um processo de sucateamento, por falta de uma política que incentive as empresas a investirem em programas de capacitação dos seus funcionários, se não tem funcionários altamente treinados e capacitados certamente essas empresas não tem seus objetivos alcançados. “Outros estudos mostram ainda que, nas empresas onde a educação e treinamento dos profissionais são uma das principais prioridades, onde o índice de rotatividade de funcionários é bem menos do que nas outras empresas” (MARQUES, 2000, P. 113)

A capacitação ou treinamento dos profissionais de uma empresa é um dos fatores que todos os empresários deveriam priorizar, pois é através dele que as pessoas aprendem conhecimentos, atitudes e habilidades em função dos objetivos definidos, para administração, treinamento é a transmissão de habilidades e conhecimentos relativos ao trabalho que trás para os empregados maior facilidade e praticidade, para que suas empresas e organizações tenham um desempenho melhor, com relação às outras empresas. As empresas que não adotem hoje políticas de capacitação profissional serão empresas desinformadas e subdesenvolvidas.

No Brasil são poucas as empresa que adotem políticas de incentivos à capacitação de profissionais. Por que falta incentivo por parte do governo federal com relação à capacitação, se o Brasil investisse um pouco mais, com certeza teríamos melhores empresas, e teríamos um melhor atendimento.

“Nenhuma corrente é mais forte que seu elo mais fraco. A qualidade do serviço é

igual à qualidade das pessoas que o realizam, educação, treinamento e desenvolvimento de pessoas são a chave para a Qualidade Total em Serviços” (MARQUES, 2000, P.119).

Da mesma forma, todos os treinamentos inclusive os técnicos operacionais, devem ter como objetivo final a excelência da qualidade do serviço prestado. Por isso a capacitação dos profissionais é tão importante. Pois ela cuida por si só em trazer para o próprio indivíduo o seu desenvolvimento profissional, onde ele passa a ser uma peça chave para também o desenvolvimento da organização ou encarado como de alto potencial para o desenvolvimento. Desse modo, a empresa até oferece alternativas claras de horizontes profissionais para atrair e reter pessoas interessadas em um futuro como boas prestadoras de serviços, com alto nível de comprometimento e uma alta aprendizagem e grau de inovação para a organização, que por sua vez, com certeza terá um desempenho melhor e com maior qualidade na prestação de serviços aos consumidores.

Muitas empresas invertem na capacitação dos profissionais dos gerentes, dos diretores e dos funcionários a fim de obter um sucesso mais complexo e uma não-separação entre o topo que pensa e a base que executa, mas sim um compartilhamento coletivo do processo de pensar e aprender, em todos os níveis organizacionais já que, os treinamentos são para tornar as pessoas mais interativas, participativos e outras coisas mais que garantem assim um futuro mais promissor.

A capacitação é fundamental dentro de qualquer empresa. Por que é ela que atrai mais consumidores garantindo o crescimento das suas vendas.

Hoje em dia muitas pessoas procuram se capacitarem na melhora de desenvolverem seus conhecimentos e atendimentos dentro de seus negócios ou dentro das empresas que trabalham. “A educação ensina as pessoas a pensar e tomar decisões, treinamento condiciona as pessoas a agirem a partir de um comportamento” (MARQUES, 2000 , P.119)

Toda capacitação precisa ter incentivo não só dos profissionais do ramo

empresarial mais como no ramo pessoal e deve favorecer o desenvolvimento da responsabilidade em torno de objetivos comuns, entre as áreas de produção e serviços; estas responsabilidades criam laços de interação e comunicação entre as áreas funcionais da empresa.

A capacitação é uma válvula que equilibra todo ou qualquer negocio ou organização que presta serviços, ao consumidor. A capacitação exige do profissional um desempenho muito serio e organizado a fim de obter um objetivo satisfatório não só para o empresário mais como para o funcionário.

Hoje nas grandes cidades os clientes exigem uma qualidade de atendimento, buscando atendimento qualificado e para isso acontecer tem que adotar novos sistemas de capacitação profissional, e só assim tanto o cliente como os empresários saíram com seus desejos e satisfações realizadas. Então considera-se que programas de treinamento é de fundamental importância nas empresas, pois eles trazem um envolvimento total e melhor das pessoas em suas referentes funções requeridas, dando mais atitude, principalmente aos níveis gerenciais que devem travar um compromisso pela participação das pessoas, desenvolvendo também treinamentos e atividades de equipes e trabalhos, deixando bem claro que os recursos humanos, são a prioridade número 1 da empresa. Toda capacitação requer uma qualificação muito mais avançada e treinada no ramo de acolher bem o cliente dentro dos estabelecimentos e instituições privadas. E garantindo assim um sucesso mais planejado e organizado. Neste sentido, os treinamentos são ferramentas importantes para apoiar esse processo de mudança para uma mais eficaz e eficiente capacitação. É aconselhável planejar e estruturar um programa de treinamento que apóie o processo de mudança, levando em consideração a serem treinados, os diferentes conteúdos aceitos a serem transmitidos e os métodos alternativos a serem usados.

A inovação e o aprendizado permanentes são, cada dia mais, requisito básico para que as empresas se mantenham vivas e competitivas. No atual ambiente, a competitividade

passa a ser um alvo móvel, o que exige foco na atividade e na excelência operacional. A atividade logística para um operador externo competente, os executivos da empresa contratante, liberam tempo e energia para se dedicar a difícil e estratégica missão de desenvolver aperfeiçoar a competência central do seu negócio.

Então, esse processo de mudança ou inovação da capacitação profissional é um período em que as pessoas deixam de trabalhar da maneira antiga e aprendem a nova, o que pode acontecer alguns erros, sendo normal esses imprevistos, estabilizando-se e corrigindo-se em pouco tempo. Ensinar os recursos humanos da empresa a tolerar e administrar essa situação é importante para o futuro da empresa. “Além de construir um sólido relacionamento com seus parceiros da cadeia de suprimento as empresas hoje devem trabalhar para criar vínculos mais fortes e lealdade com seus clientes finais.” (Kloter, 2000, p. 396).

2.5. O papel do marketing na fidelização

Para isso é preciso que todos os departamentos das empresas trabalhem em bloco com o de marketing para servir o cliente. Pois, o marketing estabiliza a demanda pelos bens e serviços solicitados pelos clientes, e envolve os clientes na otimização do projeto e produção dos bens e serviços. E para isso exige que se construa bons relacionamentos em vários níveis, econômico, social, técnico e jurídico que resultam em alta fidelidade do cliente.

A eficiência só será alcançada com um sistema produtivo que seja adequadamente balanceado para atender a demanda, principalmente um sistema puxado de produção, mas suscetível a problemas quando a variabilidade da demanda for grande. Nesse sentido, o papel do marketing tem que estar voltado para a estabilização da base consumidora, buscando clientes que queiram fazer acordos de longo prazo e garantir certas estabilidades nas quantidades e datas de entregas dos bens e serviços comercializados.

A busca por clientes confiáveis tem a nítida vantagem de fortalecer os laços

comerciais e direcionar os objetivos mútuos para o bem comum da cadeia produtiva, onde o cliente e o fornecedor estão envolvidos, fazendo com que a participação do cliente, desde os estágios iniciais do projeto, seja indispensável para a eficiente produção dos bens e serviços dentro de suas reais necessidades.

Embora grande parte do marketing atual se concentre mais em elaborar mixes de marketing que gerem vendas e novos clientes, a melhor linha de defesa da empresa é a manutenção de seus clientes. E a melhor maneira de manter clientes é oferecer-lhes altos níveis de satisfação e valor que resulta em forte lealdade. Visto isso, os empresários percebem o quanto é importante à conquista e a manutenção de negócios em longo prazo, mantendo relações permanentes com a clientela, através da valorização maior do consumidor, sendo que os produtos e serviços devem ser vendidos a partir da constatação dos desejos e necessidades dos clientes, visando alcançar determinados objetivos da empresa, como o de manter as pessoas sempre com vontade de negociar.

Para construir um relacionamento sólido com os clientes e acrescentar lanços estruturais dos benefícios sociais e financeiros a empresa tem que fornecer aos clientes equipamentos especiais ou programas de computadores que ajudem os clientes a fazer suas compras ou pedidos com mais precisão e conforto no intuito de alcançar a fidelidade da clientela. Tendo em conta que a sofisticação tecnológica tem contribuído de forma decisiva para aumentar a demanda das empresas, além das vantagens que ela trás para a prestação dos serviços com agilidade e praticidade e a confecção de produtos com a mais alta qualidade. "Os empregados da empresa tenta aumentar seus vínculos com clientes aprendendo a conhecer as necessidades e desejos de cada um e individualizando e personalizado seus produtos e serviços". (kotler, 2000, p. 398).

A empresa protege ferozmente seus clientes antigos, mantendo um verdadeiro laço de satisfação e lealdade. Por conta da sua sincera preocupação com os clientes e procurando novas formas de servi-los com inovações e desenvolvimentos de novos produtos a

empresa torna-se uma espécie de religião para eles. À medida que o consumidor vai tornando-se mais informado e consciente do seu ato de compra, ele passa a ser um consumidor muito mais exigente, é nessa hora que as empresas tem que lançar mão de novos produtos e técnicas mais aperfeiçoadas, para não tornar-se obsoletos com relação aos seus concorrentes.

Na busca da fidelidade do cliente as empresas devem mostrar-se preocupada com os mesmos e procurar rapidamente solucionar os desejos que os mesmos sentem, devem oferecer valor superior para aos seus clientes - alvo. E adotar a filosofia de criar clientes, não apenas criar produto. Para isso, as empresas devem contratar pessoas capacitadas, comprar equipamentos, selecionar e desenvolver fornecedores, investir em tecnologia de informação, em capacitação gerencial, tudo com o objetivo de colocar em prática o projeto logístico capaz de diferenciá-las, de criar valor para os seus clientes por meio de um serviço superior. Entregas mais freqüentes, cumprimentos de prazos, disponibilidade de mercadoria, informações sobre pedidos são alguns dos atributos cada vez mais valorizados pelos clientes, que compõe um imenso leque de possibilidades na prestação de serviços.

Os clientes nestes tempos de competição acirrada, orientam-se cada vez mais para a obtenção de mais valor em suas compras. Defini-se como valor a relação que existe em os benefícios para o cliente e o custo para se ter o produto ou o serviço. Os benefícios decorrem tanto da inquisição ou serviço quanto da qualidade percebido no processo de compra, enquanto o custo é o preço pago mais os custos envolvidos no acesso ao produto ou serviço, tais como o tempo de espera, deslocamentos, risco na escolha de fornecedores e etc.

A primeira compra, o primeiro contato do cliente é apenas uma carta de informações e uma chave única de mostrar que a empresa é, para o cliente, a sua melhor alternativa. Portanto é um erro considerar o indivíduo que faz negócio pela primeira vez como um cliente na verdade, esta pessoa é um prospecto, ou seja, um candidato à cliente, mas o cliente que faz de uma empresa o que o satisfaz a sua Segunda casa, este é realmente o que toda empresa gosta e deseja ter, o cliente fiel. Nesse estudo, toma-se como necessário à

empresa deixar uma boa impressão a esses possíveis clientes, até como uma forma de tornar-se mais competitiva. Assim, ganhar competitividade por meio de oferta de produtos e serviços de qualidade significa oferecer elevados níveis de atendimento para todos os clientes, até mesmo para aqueles que não valorizam tais serviços e que isto seja percebido como uma diferencial para a satisfação até mesmo daqueles clientes mais exigentes podendo estar sendo atendidos em suas necessidades de serviços.

Entre a primeira e a segunda compra há uma tremenda diferença. O cliente só volta para fazer a Segunda compra, se foi cultivado uma relação com ele, se ele foi conquistado, ninguém de forma consciente, retorna, se na foi bem atraído, Hoje em dia, num ambiente altamente competitivo, o cliente passou a ser uma pérola que para ser mantida com todo carinho e proteção, a empresa deve definir uma política mais apropriada para atendimento aos clientes constituindo um dos fatores críticos para o sucesso de uma empresa, além de ser uma forma de obter vantagem competitiva sustentável no longo prazo. Em linhas gerais, as empresas devem escolher a política de atendimento que minimize os custos logísticos, total de manutenção de estoques, armazenagem e transporte para determinado nível de serviços exigidos pelo mercado. Basicamente, existem dois caminhos possíveis a serem seguidos. No primeiro, a empresa poderá adotar uma política de resposta rápida, caracterizadas por estoques mais centralizados, utilização intensiva de transporte e pequena tendência de previsões de vendas. No mercado, uma política de antecipação à demanda, caracterizada pela descentralização de estoques, localizados próximos aos clientes potenciais e pela utilização intensiva de carregamentos consolidados.

Em última instância, o marketing é a arte de atrair e manter clientes lucrativos, contudo, freqüentemente as empresas descobrem que 20% a 40% de seus clientes não são lucrativos. Além disso, declaram que seus clientes mais lucrativos não são os maiores mais os médios, os grandes clientes exigem mais serviços e conseguem descontos pesados, reduzindo assim o nível de lucratividade. Para a organização cabe então fazer uma análise de

mentabilidade de clientes, notificando aqueles que são rentáveis, mas também não desmerecendo os demais clientes da empresa, que devem ser bem tratados e atendidos da melhor maneira possível. A maioria das empresas, entretanto, sabe que isto é impossível, quando, porém se descobre que um pequeno número de clientes são responsáveis por 80% do lucro, evidentemente é necessário uma atenção especial a esses clientes. Desse modo, é preciso afastar a idéia de que um bom serviço significa oferecer o mesmo nível de serviço para todos os clientes. Devem ser segmentados os clientes de acordo com um valor econômico que representa para a empresa e, em cada segmento, identificar os atributos mais valorizados pelos clientes do segmento, para que seja definido o nível de serviços.

Na medida em que os vendedores prestam maior atenção aos clientes, oferecendo a eles um bom atendimento uma ótima prestação de serviço e garantia na qualidade dos produtos ele logo verifica que os clientes estão cada vez mais satisfeitos e assim não corre o risco de perder clientes para a concorrência. E os clientes, por sua vez, perceberão as vantagens da oferta, saberão definir a margem de lucro aceitável e o volume de vendas para atender as suas necessidades. Esta relação vendedor x cliente é uma estratégia competitiva que propõe manter os negócios da empresa em competição no mercado, e o alcance de suas metas de desenvolvimento e desempenho.

O sucesso da empresa resultou de uma efetiva estratégia de marketing, ofereceu de maneira sistemática valor aos clientes, primeiro a empresa estuda o mercado e ouve os clientes, utilizado análise demográfica e de padrões de vida para identificar a tendência de consumo, que deixara os clientes mais a vontade, oferecendo exatamente o que querem, assim o cliente sempre voltará a sua empresa. E para isso o marketing está encarregado de contactar com os clientes e sentir o mercado, visando, por um lado abastecer a produção com informações sobre a demanda pelos produtos atuais, permitindo o planejamento e a programação da produção e, por outro lado, buscar informações sobre potenciais necessidades dos clientes, visando ao projeto de novos bens e serviços a serem desenvolvidos.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGIA

Utilizaremos o **Método Teórico** para podermos tomar conhecimento de todo o desempenho profissional no mercado de trabalho e assim nossa pesquisa terá mais validade, e iremos fazer uso do **Método Empírico** porque há necessidade de fazermos comparações do caminho percorrido pela administração empresarial, onde utilizaremos: entrevistas, questionários, diálogos para que se possa ter um diagnóstico, e também para nos orientar a obter dados percentuais, estatisticamente ao nosso estudo.

Para nossa pesquisa utilizaremos:

3.1. Pesquisa Bibliográfica:

É necessário que se faça uma pesquisa bibliográfica para termos um esclarecimento maior sobre o nosso tema, onde analisaremos livros, revistas, artigos, documentos, formulários. São estudados assuntos desenvolvidos dentro das necessidades de cada empresa.

3.2. Pesquisa Documental:

É imprescindível fazermos uma pesquisa documental para estarmos cientes dos documentos que são necessários em uma empresa, tais como: balancetes anuais, encargos sociais, notas promissórias, notas fiscais, impostos, folhas de pagamento, doc, recibos de compra e venda, boletos bancários, contra-cheque.

3.3. Pesquisa de Campo:

A Pesquisa de Campo fazer-se -á:

3.3.1 Universo e Amostra

O universo pesquisado compreenderá funcionários, fornecedores, gerente, administradores e clientes das empresas **CEMAR** e **CAEMA** que são aproximadamente 10.404 pessoas. Através da Teoria de Amostragem determinou-se 100% dos fornecedores, gerente e administradores das duas empresas, 100% dos funcionários da **CEMAR** e 60% dos funcionários da **CAEMA** que corresponde a 46 pessoas. Do total de clientes determinou-se o 55 onde 3,06% são da empresa **CEMAR** e 3,6% da **CAEMA** que corresponde a 170 clientes entrevistados por empresa.

Tabela 3.3.1: Universo da pesquisa de campo

EMPRESA	QUANTITATIVO				
	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	Clientes
CEMAR	44	2	1	1	5.550
CAEMA	76	25	4	1	4.700
TOTAL	120	27	5	2	10.250
UNIVERSO			10.404	AMOSTRAGEM	464

3.3.2. Procedimentos para Coleta de Dados

a) Serão necessárias, as seguintes informações:

- Aumento da produção no período estudado.
- Estratégias de vendas, com respeito ao cliente.
- Marcas mais vendidas nos últimos anos
- Incentivo a manifestação de idéias e opiniões
- Incorporação de novas tecnologias
- Separar clientes por idade e sexo
- Rotatividade dos funcionários do ano de 1999 a 2002
- Empregos de técnicas informatizadas, com respeito às mudanças do mercado.
- Qualidade de produtos.
- Crescimento das vendas neste período
- Pré – disposição para melhoria
- Consumidores mais assíduos
- Fornecedores mais atuantes na empresa
- Falta de produtos devido ao alto custo
- Integração entre os setores

- b) Determinar a amostra adequada
- c) Elaborar instrumentos a serem utilizados com recursos para a coleta de dados.
- d) Coletar informações

3.3.3. Instrumentos utilizados:

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

3.3.4. Sujeitos Entrevistados:

Tabela 3.3.2.: Amostragem das pessoas entrevistadas na pesquisa de campo

EMPRESA	QUANTITATIVO				
	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	Clientes
CEMAR	44	2	1	1	170
CAEMA	46	25	4	1	170
TOTAL	90	27	5	2	340
					AMOSTRAGEM 464

Com a posse dos levantados será possível analisar os mesmos com a finalidade não só de verificar o problema, mais identificar as causas e as conseqüências dos mesmos:

- Satisfação dos Clientes, com respeito aos produtos,
- Limitação de diversidade e qualidade de produtos.
- Diminuição na qualidade dos serviços.
- Limitação de diversidade e qualidade de produtos.
- Atendimento de qualidade com respeito ao consumidor.
- Treinamento do pessoal com base na qualidade dos produtos e serviços.
- Motivação do cliente em relação a organização.
- Motivação da empresa com relação aos seus recursos humanos.
- Planejamento mensal com base no desenvolvimento de funcionários.

3.4. Pesquisa de Estudo de Caso:

A Pesquisa do Estudo de Caso fazer-se-á:

3.4.1. Universo e Amostra:

Tabela 3.4.1.: Comparativo das pessoas entrevistadas por empresa na pesquisa estudo de caso

EMPRESA	QUANTITATIVO				TOTAL
	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	
CEMAR	44	2	1	1	
CAEMA	76	25	4	1	154

O universo pesquisado compreenderá os funcionários, fornecedores, gerente e administradores empresas **CEMAR** e **CAEMA** que são 154 pessoas. Através da Teoria de Amostragem determinou-se o 10,5% que corresponde a 8 entrevistas por empresa.

3.4.2. Procedimentos para Coleta de Dados:

Se analisarão as seguintes informações:

- Condições do ambiente de trabalho
- Ambiente familiar
- Grau de motivação em relação aos objetivos da empresa
- Aspectos emocionais
- Relacionamento entre funcionários e patrões
- Comprometimento no atendimento ao cliente
- Situação Social
- Traços da personalidade
- Condições físicas
- Influência de parentes, vizinhos e amigos na empresa

- Situação econômica

3.4.3. Instrumentos:

Utilizaremos entrevistas com perguntas abertas avaliando-nos da observação participante, sistemática, em equipe e na vida real.

3.4.4. Sujeitos Entrevistados:

Tabela 3.4.2.: Coleta de dados da empresa CEMAR

CEMAR	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	Total
% de entrevistados	62,5%	25%	12,5%	-	100%
Nº de pessoas	5	2	1	-	8

Tabela 3.4.3.: Coleta de dados da empresa CAEMA

CAEMA	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	Total
% de entrevistados	62,5%	25%	-	12,5%	100%
Nº de pessoas	5	2	-	1	8

Da finalização deste estudo faremos um diagnóstico de como a empresa se encontra, do mesmo surgiram imediatas e em longo prazo. De posse de um prognóstico de como a empresa estará dentro de dois anos e implante das soluções geradas na pesquisa, a partir de um acompanhamento especializado.

CAPÍTULO IV

4. Análises e discussões

Fizemos este trabalho com intuito de adquirimos um conhecimento que pudesse nos utilizar no nosso projeto monográfico, e também podemos ter uma noção como as empresas estudadas atuantes no mercado; com certeza todas estas pesquisas enriqueceu nossos conhecimentos administrativos para um melhor uso na sociedade em que vivemos.

Batalhamos dias e noites, para que pudéssemos conseguir, subsídios que nos auxiliaram na elaboração deste trabalho, unimos também amizade, companheirismo e principalmente força de vontade e união grupal, para levar junto à sociedade patoense, como as empresas **CAEMA** e **CEMAR** atuam na nossa cidade, que por isso temos o Direito a termos produtos e serviços de qualidade, prestados pelas empresas pesquisadas.

Descobrimos que os conhecimentos administrativos precisam ser postos em prática na nossa realidade para podemos no sobressai junto a este mercado tão competitivo e tão globalizado. E para isso toma-se como necessário fazer um levantamento das necessidades e expectativas dos consumidores, descobrindo assim formas claras de competitividade e consolidação da empresa no mercado, uma vez que, a fidelização será mais alcançável aos olhos daqueles que se preocupam em dar o melhor de se no momento da prestação de serviços. Sabemos, que hoje em dia, toda empresa tem por obrigação levar o consumidor à primeiro plano, pois consumidor insatisfeito é sinal que a empresa estar cometendo falhas em algum ponto ou setor de desempenho.

Conseguimos desenvolver este projeto por que pedimos e também da sociedade patoense, não foi fácil, tivemos muitos obstáculos no nosso caminho, porém tivemos muita força de vontade e persistência que é uma grande virtude que todo administrador que se preze tem que ter , porque o mesmo tem que estar sempre planejando e controlando suas ações para

ter seus objetivos alcançados.

Na realidade deste trabalho elaboramos um tema que se caracteriza-se com a nossa realidade, por isso escolheremos, desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização, hoje as empresas que não conseguirem se desenvolver ficaram para trás, e conseqüentemente poderá até mesmo fechar suas portas, e foi pensando nisto que criamos o roteiro do nosso trabalho, foi um trabalho criado com um caráter científico, por que para ser científico é necessário ter como comprovar todos os dados expostos no trabalho. Por isso fizemos questionários e aplicamos nas duas empresas, cruzamos informações, fizemos comparação de dados e tivemos muito apoio do nosso professor Samuel Velázquez, graças a ele conseguimos desenvolver esta parte do projeto, encontramos dificuldades, mas conseguimos no final a união de todos e principalmente adquirimos um conhecimento que nos levará a atingirmos os nossos objetivos.

Por fim tivemos um desenvolvimento surpreendente na área administrativa, peça fundamental para a nossa formação acadêmica.

Na junção de sexo com a faixa etária, analisamos as seguintes informações que na empresa **CAEMA** disseram o seu total do sexo masculino 4,5% (n=1) entre 28 a 30 anos e que também outro dado nos possibilita observar que 18,1% (n=4) confirmam ter em média de 28 a 30 anos e disseram que são do sexo feminino e que 68,1% (n=15) com referência ao sexo masculino afirmam ter mais de 30 anos, e também verificamos que 9% (n=2) são do sexo feminino e disseram ter mais de 30 anos.

Também fizemos uma junção do sexo e faixa etária na empresa **CEMAR**, chegando a observar que 36,8% (n=7) são do sexo masculino e afirmam ter em média de 28 a 30 anos e outro dado nos possibilita ter uma noção do sexo feminino de 26,3% (n=5) e afirmam ter de 28 a 30 anos, também na **CEMAR** 21% (n=4) dizem ter em média mais de 30 anos.

Tabela 4.1: Análise da faixa etária e o sexo dos funcionários

Faixa Etária	Sexo			
	28 a 30 anos		Mais de 30 anos	
	F	100%	F	100%
CAEMA				
1. Masculino	1	4,5	15	68,1
2. Feminino	4	18,1	2	9,0
TOTAL	22		100%	
CEMAR				
1. Masculino	7	36,8	4	21
2. Feminino	5	26,3	3	15,7
TOTAL	19		100%	

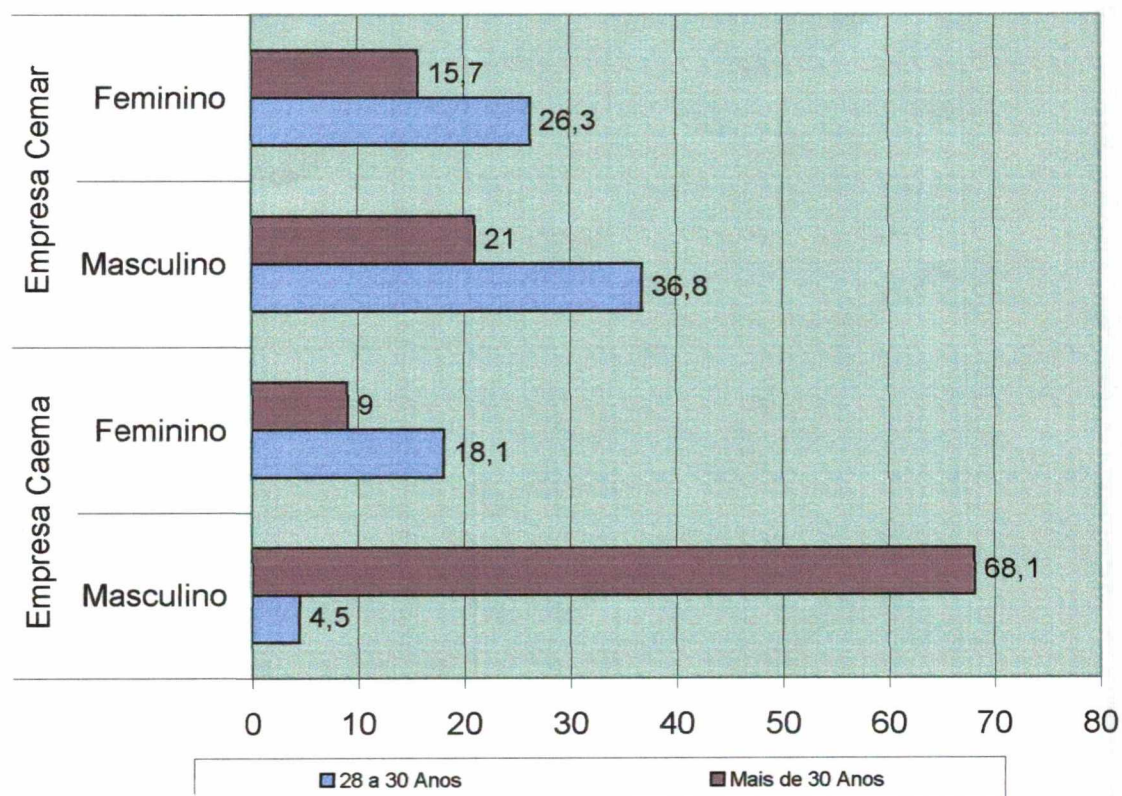
Detectamos através deste cruzamento que tanto os homens como as mulheres entre 28 a 30 anos e mais de 30 anos desenvolvem melhores as suas funções na empresa porque já tem uma experiência maior, e com relação a 28 a 30 anos possuem experiência, mas não é como os que já tem mais de 30 anos e com certeza os funcionários que tem mais de 30 anos proporcionará a empresa uma rentabilidade maior e mais confiável.

Como podemos notar na empresa **CAEMA** a média de idade de mais de 30 anos chega a ser (n=17) que corresponde a um percentual 77,1% e (n=16) dizem ser do sexo masculino, já na **CEMAR** notamos que dos (n=12) funcionários igual a um percentual de 63,1% dizem ter de 28 a 30 anos e com relação ao sexo masculino afirmam que são (n=11) com um percentual de 57,8%.

Observamos que tanto a **CAEMA** como **CEMAR** tem semelhanças com relação a sexo, porém existe uma diferença entre as duas empresas, a **CAEMA** afirma que seus

funcionários tem mais de 30 anos e a **CEMAR** afirma que a maioria dos seus funcionários tem em média de 28 a 30 anos, esta é a diferença entre as duas empresas.

Gráfico 4.1: Demonstrativo da análise da faixa etária e idade dos funcionários



4.1. Análise das pequenas e médias empresas com respeito a qualidade dos seus produtos

Analisando o relacionamento existente entre a fidelização do cliente para a empresa com o controle de qualidade, verificou-se que na Empresa **CAEMA** o bom atendimento para a fidelização teve, 59,1% (n=13) do número total de funcionários, para uma das razões do controle de qualidade, que é aumentar os lucros e juntamente com as alternativas do controle: reduz o desperdício, controla as despesas e avalia a mão-de-obra,

ambas as três com 4,5% (n=1). No processo da empresa fidelizar-se com o consumidor, o preço acessível para eles obteve 4,5% (n=1) que relacionou com o aumento dos lucros e 9,1% (n=2) com a avaliação da mão-de-obra. Em última instância temos produtos de qualidade com 13,6% (n=3) para uma das metas do controle, a redução do desperdício. Seguindo a mesma seqüência para a empresa **CEMAR**, bom atendimento teve um patamar de 10,5% (n=2) para os requisitos: aumento dos lucros, controle das despesas e avaliação da mão-de-obra e 5,3% (n=1) para o controle do desperdício. Na característica preço baixo 21% (n=4) deram prioridade para os objetivos do controle de qualidade: aumenta os lucros e avalia a mão-de-obra e 10,5% (n=2) para o controle das despesas. Os critérios que proporcionam fidelização, são eles: clientes fiéis: produtos de qualidade e ambiente agradável, ambos tiveram 5,3% (n=1).

Na primeira empresa, nada se constatou sobre ambiente agradável. E em ambas, a alternativa outros, tanto para a fidelização como para o controle, também se manteve anulada.

Com isso a empresa precisa adotar políticas que manipulem a visão dos empresários, para que possa adotar medidas que venha beneficiar seus clientes, com certeza ficarão muito mais satisfeitos e passarão ser mais fiéis, e essa fidelização só ocorrerá se a empresa tiver um ambiente bastante agradável, e principalmente se valorizar muito o consumidor, aí sim a empresa terá toda a rentabilidade alcançada ganhando assim o cliente como também o empresário.

Com certeza a empresa se fixará no mercado proporcionando assim a seus funcionários todos os seus direitos que lhe são cabíveis, se a empresa valoriza a mão-de-obra fica lógico que seus funcionários passaram a produzir mais e melhor com uma qualidade muito mais superior do que era antes, aí sim os consumidores serão muito mais fiéis a empresa, quando a organização tem uma preocupação com o desperdício é por que está preocupada com o futuro da empresa se você tem essa preocupação portanto a organização se fixará no mercado e quem sairá ganhando será o consumidor.

Tabela 4.1.1.: Grau de Fidelização em função do controle de qualidade

Por que fazer o controle de qualidade?	O que leva a empresa ser fiel com os clientes							
	Bom atendimento		Preço baixo		Produtos de qualidade		Ambiente agradável	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA								
1. Aumenta os lucros	13	59,1	1	4,5	-	-	-	-
2. Reduz o desperdício	1	4,5	-	-	3	13,6	-	-
3. Controla as despesas	1	4,5	-	-	-	-	-	-
4. Avalia a mão-de-obra	1	4,5	2	9,1	-	-	-	-
TOTAL	22				100%			
CEMAR								
1. Aumenta os lucros	2	10,5	4	21	-	-	-	-
2. Reduz o desperdício	1	5,3	-	-	-	-	-	-
3. Controla as despesas	2	10,5	2	10,5	-	-	-	-
4. Avalia a mão-de-obra	2	10,5	4	21	1	5,3	1	5,3
TOTAL	19				100%			

Sabemos que o controle de qualidade é um fator fundamental na qualidade dos produtos e serviços oferecidos pela Empresa, para com isso conquistarmos muito mais clientes em sua satisfação, de forma a garantir assim maior flexibilidade no manuseio das informações e ao mesmo tempo, aperfeiçoar nossas técnicas de análises em relação a produtos e serviços. Então de fato o cruzamento acima é para checar em ambas as empresas o nível do controle de qualidade de seus reflexos no processo de fidelização.

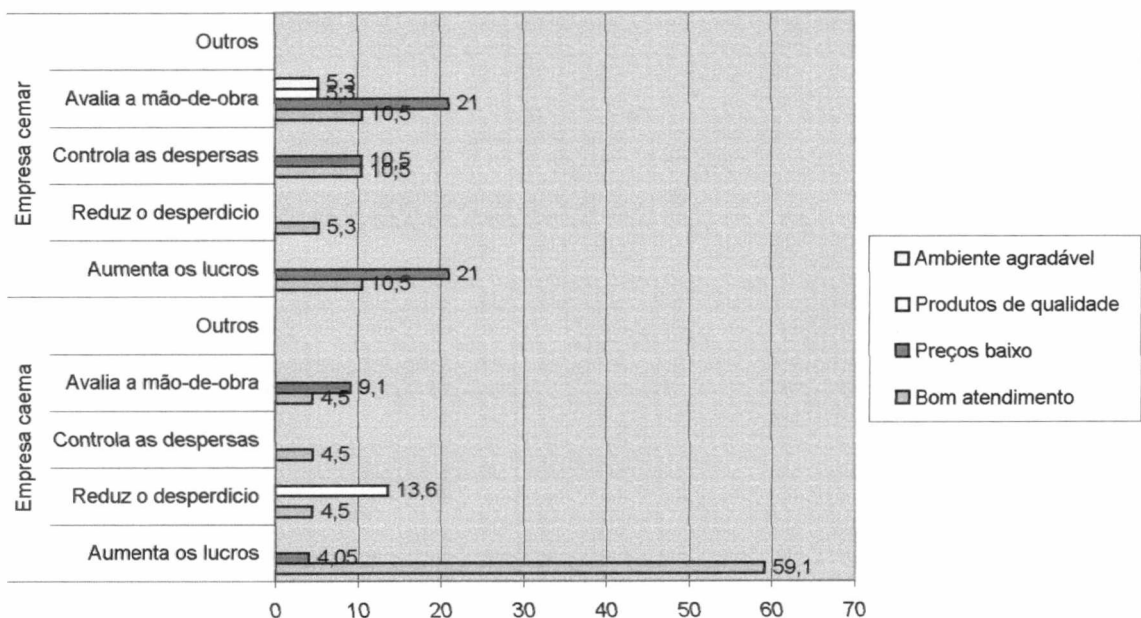
Quando se faz o controle de qualidade a Empresa sempre se mantém bem aceita e conceituada no mercado de trabalho, tendo em conta todos os benefícios que ela trás, na missão de não permitir de maneira alguma o retardamento no desenvolvimento da Empresa, não só se tratando de estrutura, mas como um todo. Sendo assim, a Empresa terá clientes satisfeitos, quando assim perceber que a demanda corresponde a oferta de produtos e serviços de qualidades, que por consequência fideliza o cliente à Empresa e a Empresa ao cliente. Diante do que foi aplicado, podemos ver acima na Tabela, que segundo a grande maioria dos funcionários da Empresa **CAEMA**, eles dão preferência a um bom atendimento como a

melhor forma para fidelizar o cliente na porcentagem de 72,5%, enquanto na Empresa **CEMAR** os seus funcionários preferem preços baixos com 52,5%, o que mostra que a segunda Empresa é mais determinada em atender as necessidades do consumidor e fazer um controle de qualidade mais abrangente. Os dados também nos mostram uma posição das duas Empresas não muito favorável ao seu desenvolvimento, com relação a qualidade de produtos que é uma forma de fidelização bastante eficaz, na qual sua preferência entre os funcionários das duas Empresas, foi pouco aceita com 13,6% (n=3) para **CAEMA** e 5,3% (n=1) para a **CEMAR**.

“custos crescentes não são a única consequência da má qualidade. Na organização, pode também significar bens fora das prateleiras, resultam em perda de faturamento e irritação dos consumidores. Lidar com este problema pode distrair a atenção da administração, deixando de cuidar de muitas de operação da empresa. Isso pode significar o cometimento de erros.”(SLACK, Nigel, 1999, pág 61)

Com os dados que o obtive da realidade estudada, chegamos a uma conclusão que para conquistar a fidelização não basta ter bom atendimento, ou preços baixos, ou qualidade no produto, mas sim fazer de uso todos eles e se possível muitos outros mais, pois estamos cercados de clientes cada vez mais informados e exigentes sobre a qualidade.

Gráfico 4.1.1.: Demonstrativo da fidelidade dos clientes a partir da qualidade controlada



Dos 95,4% (n=21) da **CAEMA** e 94,7% (n=18) da **CEMAR**, cujo parecer disseram que o programa de excelência costuma ser abordado na empresa e mais 100% de funcionários das 2 empresas, na qual afirmaram ter a existência de um controle de qualidade, nessa unanimidade Comparamos a avaliação do modo como é feito o controle da qualidade, com os resultados que o programa de excelência trás para a empresa, pode-se constatar que na empresa **CAEMA** para o controle feito por equipe, 27,2% (n=6) relacionaram com o aumento da satisfação do cliente, decorrente do programa de excelência e 4,5% (n=1) na finalidade de melhorar os resultados. Por técnicos contratados, 40,9% (n=9) associaram com o controle feito por eles, na satisfação do consumidor, 4,5% (n=1) na melhora dos resultados da organização, 9,0 (n=2) no crescimento empresarial, 4,5% (n=1) na decorrência do programa, alcançar as metas e 9,0% (n=2) afirmarão que outros benefícios são trazidos pelo programa de excelência quando se é feito tecnicamente o controle de qualidade. Na empresa **CEMAR**, constatou-se que na ampliação da satisfação dos clientes, 36,8% (n=7) aderiram com o controle feito a partir de equipe para ter-se à qualidade; 15,8% (n=3) asseguraram que é uma tendência do programa de excelência, concretizado por pessoas com formação técnica e 21% (n=4) por fiscais da empresa. No intuito de aprimorar os resultados da organização, o controle arranjado por equipes e por pessoas tecnicamente informadas, ambos tiveram 5,3% (n=1) e 10,5% (n=2) a partir de uma fiscalização; 5,3% (n=1) trata-se de um funcionário que apontou outros benefícios, um resultado do programa, quando o mesmo se relaciona com o controle feito por análises técnicas.

Sobre os benefícios: aumenta o crescimento da empresa e alcance de metas, nada se constatou na empresa. Na empresa **CAEMA**, o controle por fiscais também se manteve inexistente.

Detectamos também que tanto a **CAEMA** como a **CEMAR** existe uma semelhança entre os aspectos quem foi que fez o controle de qualidade, os funcionários da **CAEMA** 27,2% (n=6) disseram que foi por equipe, e na **CEMAR** 36,8% (n=7) responderam

também que foi por equipe, esta semelhança nos mostram que as empresas costumam fazer o controle de qualidade sempre por equipe mediante o que for necessário.

Tabela 4.1.2.: Vantagens do programa de excelência em execução com o controle de qualidade

Como é feito o controle de qualidade?	Resultados que o programa de excelência trás a Empresa									
	Aumento a satisfação dos clientes		Melhorar os resultados da Empresa		Aumenta o crescimento da Empresa		Alcança as metas		Outros	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA										
1. Por equipe	6	27,2	1	4,5	-	-	-	-	-	-
2. Por técnicos contratados pela Empresa	9	40,9	1	4,5	2	9,0	1	4,5	2	9,0
3. Por fiscais da Empresa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	22				100%					
CEMAR										
1. Por equipe	7	36,8	1	5,3	-	-	-	-	-	-
2. Por técnicos contratados pela Empresa	3	15,8	1	5,3	-	-	-	-	1	5,3
3. Por fiscais da Empresa	4	21	2	10,5	-	-	-	-	-	-
TOTAL	19				100%					

Contamos que para empresa ter produtos e serviços de qualidade é necessário fazer um controle; sendo que o mesmo dar-se por causa do programa de excelência introduzido na organização, que tem como finalidade proporcionar resultados, bastantes satisfatórios para os empresários, funcionários, empresa como também para os clientes, garantindo assim sua permanência nesse mercado competitivo. E também garantindo aos consumidores produtos e serviços de qualidade, abrindo assim caminhos para o alcance de suas metas que conseqüentemente levará a alcançar os objetivos esperados.

O cruzamento é para mostrar que o controle de qualidade quando é bem traçada, a verificação assume aspectos novos em virtude das exigências dos consumidores diante do que se deseja obter na empresa somando com resultado do programa de excelência. Com essa justificativa, apontamos que nas empresas acima, a realidade é condizente, pois analisando os dados, chegamos a uma realidade, que as empresas as empresas em estudos se diferenciam quanto à forma como é feito o controle de qualidade, onde na primeira empresa, dão prioridade ao controle feito por técnicos com percentual de 67,9%, que demonstra interesse na perfeição do controle, enquanto que na segunda, o controle é feito por equipes para uma porcentagem de 42,1%. E as empresas se igual perante o resultado do programa de excelência: satisfazer os clientes. Onde na primeira o percentual de 68,1% e na segunda um pouco maior com 73,6% o que torna com certeza os consumidores das duas organizações mais fidelizadas.

“A visão de qualidade da operação preocupa-se com tentar atingir as expectativas dos consumidores. A visão de qualidade do consumidor é o que percebe do produto ou serviço. Para criar uma visão unificada, qualidade pode ser definida como o grau de adequação entre as expectativas dos consumidores e a percepção deles do produto ou serviço. O uso dessa idéia permiti-nos olhar a visão de qualidade do consumidor (e, portanto, de satisfação do produto ou serviço com o resultado da comparação de suas expectativas sobre o produto os serviço com suas percepções de como ela desempenha. (SLACK, Nigel, 1999, p. 416)

Contudo perguntando aos funcionários entrevistados o que eles achavam da forma como é feito o controle da qualidade na sua empresa? A qualidade é um ponto primordial em sua empresa? O que mais sua empresa tem conseguido e porque tem conseguido com a qualidade? Onde o F(1) diz que:

[...] Acho que considerando nossas condições é feito um trabalho razoável e vemos sim, como de suma necessidade e estamos bem melhor na avaliação, graças ao trabalho que está sendo feito.

Já o F(2) diz que:

[...] o controle de qualidade é encarado com muita seriedade, portanto, anteriormente existia um controle bacteriológico da água consumida pela população, e esse controle era feito apenas uma vez por mês e essa amostra era enviada para laboratório [...]

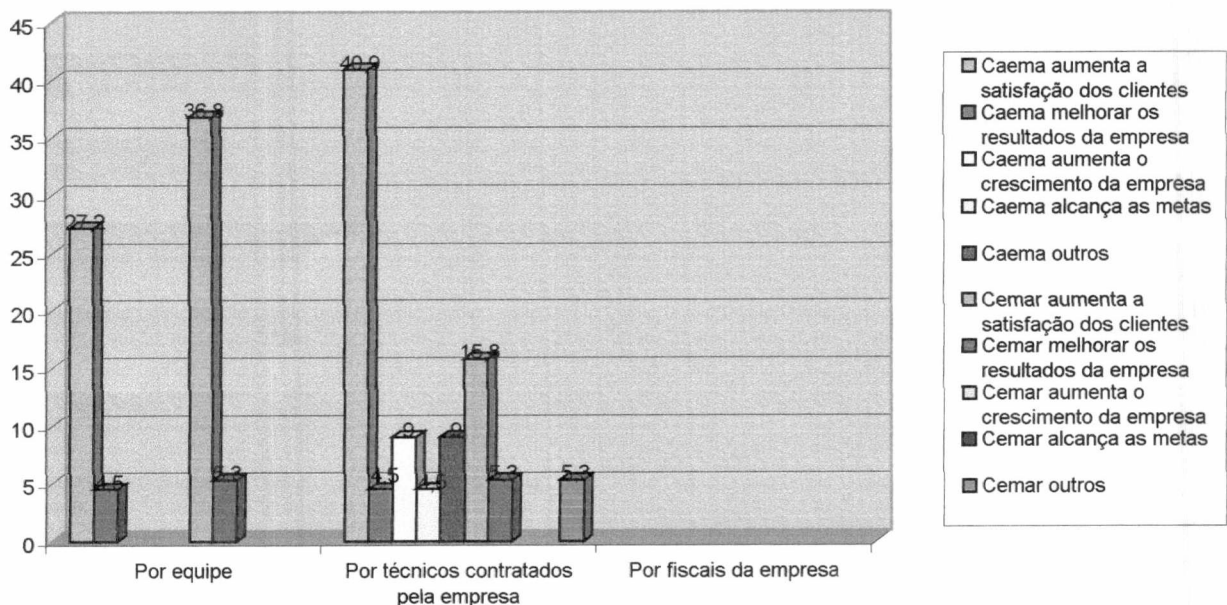
Concordando com os funcionários anteriores F(3) da empresa CEMAR diz:

[...] o controle de qualidade é feito da melhor maneira possível, temos a qualidade como um fator primordial [...]

Notamos claramente que os funcionários entrevistados têm a consciência de que para as empresas conquistar êxito no mercado e a fidelização da clientela é de suma necessidade e também um fator primordial o controle de qualidade dentro de cada organização.

Segundo o exposto podemos afirmar que em ambas as empresas há uma fidelização consistente do cliente, o que os tornam bons usuários dos seus produtos e serviços. Nessa informação concluímos que o consumidor tem que estar sempre em primeiro plano com relação a todas as metas e objetivos da organização. Porque é o cliente que mantém a empresa no mercado, por isso tem que dar mais valor que com certeza terá uma lucratividade bem melhor, e os consumidores se sentirão mais valorizados criando assim uma comunicação entre empresa e consumidor muito mais agradável.

Gráfico 4.1.2: Diagnóstico das Vantagens oferecidas pelo programa de excelência e controle de qualidade



Considerando que dos 95,4% de funcionários da **CAEMA** 94% da **CEMAR** que declararam estarem sempre informados sobre as mudanças da organização, analisamos o existente relacionamento entre o modo como está a comunicação na Empresa com a maneira como são passadas as informações entre os funcionários, na Empresa **CAEMA** a comunicação foi considerada ótima por 68,1% (n=15) e razoável para 31,8% (n=7), que afirmaram que as informações foram passadas por reuniões. Na Empresa **CEMAR**, foi ótima entre 63,1% (n=12) e excelente por 21% (n=4) também transmitidas através de reuniões.

Em ambas as Empresas, informações por cartas e E-mail não foram opinadas. Na Empresa **CEMAR** deu-se excelente em 5,3% (n=1) para a informação passada por telefone. Para outros meios de informações, a comunicação deu-se razoável com 5,3% (n=1) e excelente com a mesma porcentagem.

Tabela 4.1.3.: Velocidade das informações em função da comunicação na empresa

Comunicação na Empresa.	Como são passadas as informações?					
	Por reuniões		Por telefone		Outros	
	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA						
1. Ótima	15	68,1				
2. Razoável	7	31,8				
3. Excelente						
TOTAL	22		100%			
CEMAR						
1. Ótima	12	63,1				
2. Razoável					1	5,3
3. Excelente	4	21	1	5,3	1	5,3
TOTAL	19		100%			

Fizemos este cruzamento no intuito de analisar o nível de comunicação nas empresas estudadas, sendo este um subsídio para o alcance da qualidade dos produtos e serviços com isso o nível de comunicação da empresa será melhor e mais valorizado, que com

certeza trará a empresa à qualidade tão esperada ao manter os funcionários sempre informados sobre as mudanças, onde conseqüentemente terão mais interação, e essa interação auxiliará principalmente no desenvolvimento produtivo da empresa.

Todos os recursos de uma organização tem que estar sempre informados sobre as mudanças que ocorrem no mercado e aos caprichos do consumidor, para que sejam de importante influência no desenvolvimento empresarial, que necessita estar sempre acompanhando e adequado estas mudanças a qualidade de seus produtos e serviços prestados. Para esse grande feito à comunicação na empresa tem que dar-se de forma abrangente para levar todos os setores trabalhistas suas intenções com respeito as necessidades que a organização tem de inovar para produzir com qualidade, fazendo disso um passo a frente para o crescimento, baseando-se nisso verificamos que em ambas as empresas estudadas há uma interação em virtude delas unanimizarem as reuniões, como a melhor forma para se passar informações, com um percentual de 99,9% para a primeira e 84,1% para a segunda. Elas ainda se tornam iguais com relação a comunicação onde na **CAEMA** 68,1% acham ótimo e na **CEMAR** 63,1% dizem que a comunicação também é ótima, com base nesses dados podemos afirmar que seus funcionários são bastante preparados para o desempenho de suas funções com base no seu conhecimento incrementado por informações a partir de uma comunicação condizente.

“É bastante conhecido o fato de que as empresas que se destacam pela excelência em logística adotam intensamente novas tecnologias de informação. Um subconjunto dessas tecnologias são os sistemas de apoio a decisão. Estes são aplicativos que auxiliam a gerencia na identificação, avaliação e comparação de medidas operacionais.[...]” (FERNANDO, Paulo Fleury, 2000, p. 296)

Aos fazermos as seguintes perguntas para os funcionários da empresa CAEMA, de que forma a comunicação da empresa auxilia no desenvolvimento? Onde o F(1) diz que:

[...] de todas as formas possíveis, pois ela é à base de tudo, por isso é que, nós funcionários, desenvolvemos um trabalho com uma comunicação em prol da melhoria de nossa atividade.

Já o F(2) diz que:

“[...] auxiliar integrando os diferentes setores que compõem a CAEMA, mostrando o que cada divisão vem fazendo inovações, informando também, de cursos de aperfeiçoamento”

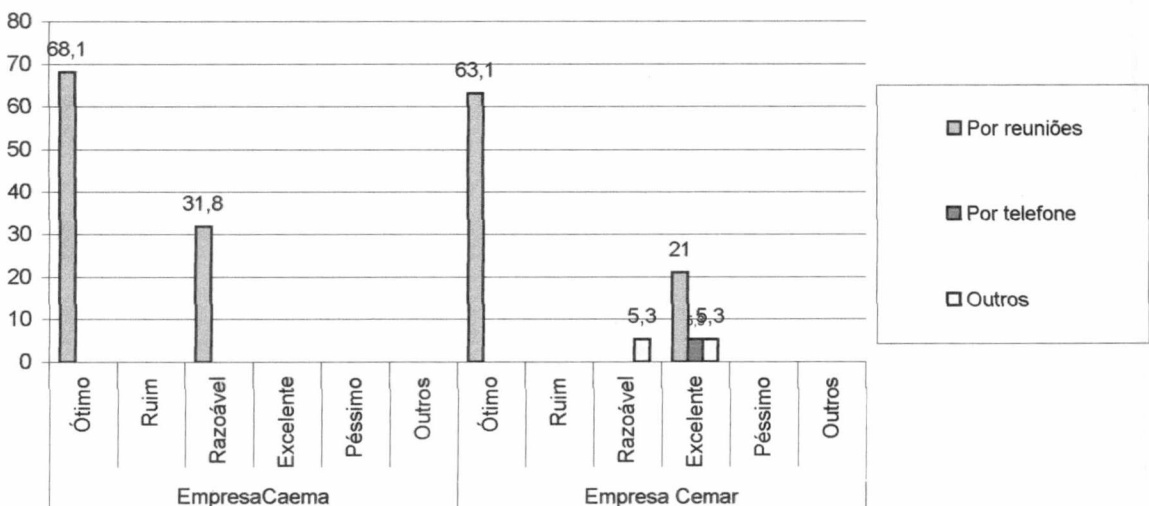
Diferenciando dos funcionários anteriores o F(1) da empresa CEMAR diz que:

“[...] fazendo com isso uma interação mais proveitosa para a empresa proporcionando um desenvolvimento bastante aceito pelos funcionários, como também para os consumidores [...]”.

Concluimos que os funcionários da empresa CAEMA com o funcionário da CEMAR têm a comunicação como um processo que auxilia o desenvolvimento da organização, proporcionando também produtos e serviços de menor qualidade a seus clientes, garantindo o sucesso na empresa.

Com os dados que obtivemos da realidade estudada, chegamos a uma conclusão que as reuniões desempenham um importante papel no desenvolvimento da empresa, em se tratando de comunicação; fator esse, imprescindível na busca de informações de caráter inovador, para ter-se qualidade. A empresa tem que ter uma comunicação para poder detectar onde se deve melhorar e conseqüentemente será bem mais fácil alcançar os objetivos, porque se a empresa não tiver uma comunicação entre empresa e funcionário, terá conseqüências irreversíveis.

Gráfico 4.1.3.: Demonstrativo da comunicação como sendo de suma importância às informações na empresa



Analisando as informações dada pelos funcionários das empresas em estudo, observamos que na **CAEMA** o aspecto mais valorizado, na mesma, é o nível de participação dos funcionários, onde coincide o número 4,5% (n=1) para 1 e 3 anos de serviços na organização, e já que mais de 5 anos temos em 86,3% (n=19) de funcionários. Todo o contrário acontece na **CEMAR** já que existe divergência de idéias, 26,3% (n=5) afirmam que a empresa valorizam o nível de comunicação, para 57,9% (n=11) que defende que a empresa que mais aprecia é a quantidade de produção, 10,5% (n=2) é o que mais influi, todos eles dados em mais de 5 anos, tendo este tempo 10,5% (n=2) assegurando que o nível de participação é o que mais influi.

Tabela 4.1.4.: Verificação da valorização a partir do tempo da empresa atuante no mercado

Aspecto na qual a empresa valoriza o funcionário	Tempo em que a empresa atua no mercado?					
	1 ano		3 anos		Mais de 5 anos	
	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA						
1. Participativo	1	4,5	1	4,5	19	86,3
2. Qualitativo					1	4,5
3. Comunicativo						
4. Quantitativo						
5. Outros						
TOTAL		22			100%	
CEMAR						
1. Participativo	1	5,3			2	10,5
2. Qualitativo						
3. Comunicativo					5	26,3
4. Quantitativo					11	57,9
5. Outros						
TOTAL		19			100%	

Constatamos que as empresas estudadas já atuam no mercado a muitos anos, já são quase 40 anos de prestação de serviços de qualidade, e esse tempo todo tem proporcionado excelentes níveis de qualidade, também detectamos que as empresas estudadas ministram

cursos profissionalizantes e com isso os funcionários sentirão-se motivados, produzindo com qualidade, com certeza serão mais valorizados pela empresa. Então este cruzamento tem como fundamento, analisar em qual aspecto os funcionários estão se destacando mais, correlativo ao tempo que as empresas atuam no mercado, junto aos funcionários que nela trabalham.

É de fundamental importância para a empresa ter em mente, o fato de que: é necessário que todo liderado seja valorizado de preferência em todo o tempo de prestação de serviços para a empresa, pois dessa forma o grau de motivação sobe, o empenho nas funções torna-se irredutível com a tendência de tornar dinâmica a produção e o desenvolvimento da empresa. Com os dados resgatados podemos perceber que em ambas as instituições a grande maioria de funcionários são valorizados no decorrer de mais de 5 anos de empresa atuante, onde na primeira empresa **CEMAR**, o percentual é de 90,8% e na **CAEMA** é 94,7%. E com o respeito ao valor que as empresas demonstram ter com seus funcionários, o aspecto participativo com 86,3% é o priorizado pela primeira empresa, sendo que na segunda com 57,9% é o quantitativo, o que as tornam antagônicas na forma de valorizar os funcionários. Nessa suposta comparação de dados o fundamental é perceber o reconhecimento dos funcionários, diante do exposto que ressalva o fato de ambas as empresas valorizarem bem e continuamente o seu funcionário, independente de qual que seja o aspecto.

“As pessoas constroem suas expectativas de desenvolvimento com base nas informações acerca de si mesma e das possibilidades oferecidas pelo mercado. Com base nas pesquisas realizadas junto aos serviços de recolocação e aconselhamento profissional no Brasil, verificamos que o leque de opções profissionais cresce a medida que a pessoa tem maior consciência de suas habilidades e objetivos de carreira. [...]” (C. PRESTES, Fernando Mota, 1997. Pág. 163)

Perguntando aos funcionários da empresa **CAEMA**, o que você como funcionário procura fazer para ser valorizado? O F(1) diz que:

“[...] acatar as orientações e instruções dos superiores dentro da hierarquia da empresa, procurando sempre ser valorizado e me promover dentro da empresa. E com isso, eu consiga um cargo de chefia na minha área.”

F(2) diz que:

“[...] procuro sempre expor além do profissionalismo, a capacidade que tenho em me relacionar com os meus colegas de serviço.”

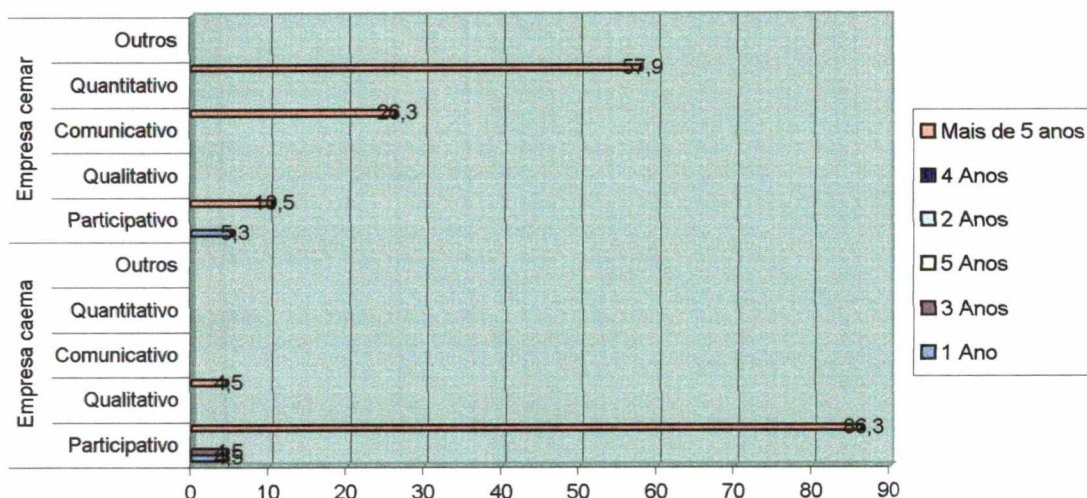
Discordando dos funcionários anteriores, F(3) da empresa CEMAR, diz que:

[...] procuro da melhor forma possível desempenhar bem minhas tarefas proporcionando para minha empresa, um sucesso e um desenvolvimento mais amplo.

Concluimos que os funcionários das empresas em pesquisa sempre estão em busca da valorização profissional, no entanto estão sempre procurando a melhorar suas funções, na medida do possível acatando orientações e principalmente as decisões de seus superiores e ampliar o relacionamento com colegas de serviços e melhorando suas tarefas para um maior desempenho de suas funções no intuito de ser a cada dia mais valorizado pela empresa e conseqüentemente pelo os consumidores.

Para o desenvolvimento da empresa, se faz necessário motivar para um bom desempenho e crescimento profissional que eleve a qualidade da produção, tomando como base disso tudo o processo de valorização do subordinado, seja ele: profissional em treinamento, estagiário, inexperiente ou experiente na profissão e outros.

Gráfico 4.1.4.: Amostra da valorização que a empresa tem com seus funcionários durante o tempo de atuação



4.2. Análise do grau de satisfação dos consumidores

Analisando as informações dos funcionários das empresas em estudo 72.5% (n=6) afirma que o nível de interação entre a Empresa e os funcionários são ótimos, dos quais 54,5% (n=12) acreditam que os benefícios oferecidos pela organização se baseiam no aumento de salário; já 9.0% (n=2) afirmam que este dado das férias extras para o mesmo número que asseguram que nas vantagens que a empresa dispõe está os melhores benefícios. Já dos 13.5% (n=3) que opinaram por razoável, temos 4.5% (n=1) relata que o melhor benefício é aumento de salário; 9.0% (n=2) por sua vez acreditam que foi vantagens. Relacionando-se aos 13.5% (n=3) que fez sua escolha pelo item Bom, sobre a interação destes funcionários referente a pesquisa feita sobre tais benefícios que esta empresa que por ventura venha propor; 9.0% (n=2) afirmam que é com relação a aumento de salários; 4.5% (n=1) acreditam que foram outras vantagens.

Na Empresa **CEMAR**, dos 57.8% (n=11) que responderam ser ótimo a interação funcionários e empresa; 21% (n=4) dos recursos humanos da empresa opinaram por aumento de salário; 36.8% (n=7) asseguram que estes benefícios foram outras vantagens que a empresa proporciona. Verificando aqueles que disseram que à interação dos funcionários com a empresa é razoável; 5.3% (n=1) opinaram pelo benefício, licença provisória. Daqueles 36.9% (n=7) funcionários que garantem que é boa esta interação; 5.3% (n=1) asseguram afirmando que os melhores benefícios foram férias extras, e por sua vez este mesmo número afirmam que é licença provisória são as vantagens mais requisitadas pela organização; e a maioria de 26.3% (n=5) ficaram com vantagens proporcionadas.

Com relação aos benefícios ofertados pela organização, com a realidade de não haver funcionários sem interação em ambas as empresa nada se constatou **CAEMA** como também na empresa **CEMAR**, com relação ao item péssimo.

Tabela 4.2.1.: O papel da interação para os benefícios que a empresa oferece para o funcionário

Qual é o nível de interação da empresa com os funcionários?	Benefícios que a empresa proporciona							
	Aumento do salário		Férias extras		Licença provisória		Vantagens	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA								
1. Ótima	12	54,5	2	9,0			2	9,0
2. Razoável	1	4,5					2	9,0
3. Bom	2	9,0					1	4,5
4. Péssimo								
TOTAL	22				100%			
CEMAR								
1. Ótima	4	21					7	36,8
2. Razoável					1	5,3		
3. Bom			1	5,3	1	5,3	5	26,3
4. Péssimo								
TOTAL	19				100%			

Notamos que as empresas têm um nível de interação bastante aceito pelos seus funcionários e esta interação influi na satisfação dos clientes. Porque se o cliente está satisfeito e lógico que ele continuará sendo fiel à empresa. É por isso que a empresa proporciona a seus clientes uma série de vantagens que levarão cada vez mais o seu índice de satisfação.

A empresa que não tem um quadro de clientes satisfeitos é uma empresa desestruturada funcionalmente e isso não pode ocorrer em hipótese alguma. Por isso temos sempre que estar medindo o índice de satisfação de nossos clientes, para podermos permanecer nesse mundo tão globalizado. Então a razão do cruzamento é para mostrar o quanto os funcionários estão cientes com respeito à satisfação dos clientes, levando em conta todo o processo de interação, onde os benefícios que a empresa oferece aos seus funcionários, muito reforça essa questão de interatividade.

Com tudo que foi exposto analisamos as empresas, e chegamos a alguns dados que definem as duas empresas bastante interativas com seus funcionários. Com um percentual de ótima interatividade, em torno de 72,5% para a empresa CAEMA e para a CEMAR, sob uma ótima interatividade o valor de 57,8%. Essa estatística nos mostra que a empresa esta tendo um bom desempenho, pois em se tratando de empresa interativa, afirmamos que seus funcionários recebem o que necessitam para uma capacitação viável ao crescimento da organização. Quanto aos benefícios que as empresas dispõe, são antagônicas, sendo que aumento salarial é um benefício da primeira empresa com 68% e vantagens é outro, mas da segunda com 63,1%.

“ [...] Os gerentes de operações deveriam ter algum envolvimento, desde avaliação inicial do conceito até a produção do produto ou serviço e a sua introdução no mercado. O ato de fundir o projeto de produtos/serviços e os dos processos que produzem, às vezes, é chamado processo interativo. “(SLACK, Nigel, 1999, pág. 136)

Ao perguntar aos funcionários entrevistados o que significa empresa interativa para você, onde o F(1) da empresa CAEMA diz;

[...] é uma empresa que está na frente das demais vivendo uma situação privilegiada, garantindo um lugar de sucesso no mercado, e com isso passa a ter suas metas estabelecidas [...]

Onde o F(2) da respectiva empresa responde:

“[...] os gerentes devem fazer reuniões juntamente com os demais funcionários, expor situações e ouvindo opiniões, pois dessas interações deve sair resoluções que podem vir a beneficiar a própria empresa, e dessa forma melhorar a qualidade dos serviços para a comunidade [...]”

Diferenciando dos demais, o F(3) da empresa CEMAR diz que:

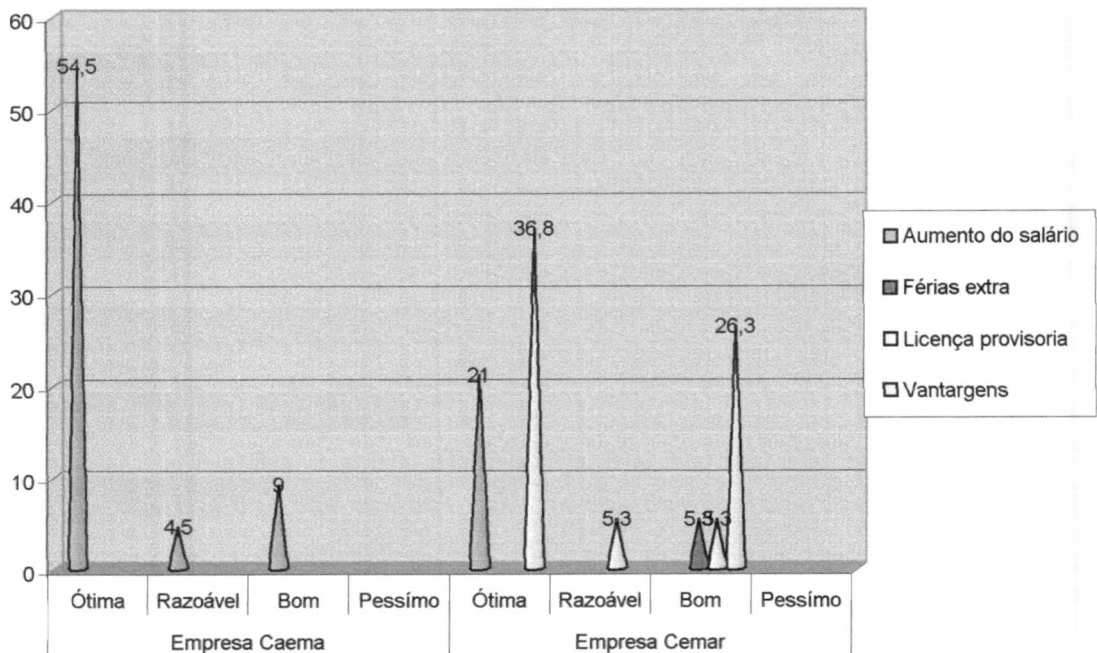
“[...] a interação é uma forma de motivar as pessoas a desempenhar melhor as suas funções garantindo assim resultados mais satisfatórias [...]”

Concluimos assim, ao analisar a devida pergunta sobre o que significa empresa interativa, temos convicção que na empresa CAEMA os funcionários entrevistados asseguram que a organização vive um momento privilegiado nos seus negócios, devido a um bom relacionamento entre os funcionários, embora seja necessário que os superiores façam reuniões, palestras, etc. para que os funcionários possam ampliar seus conhecimentos e com

isso, fazer com que a interação cresça ainda mais dentro das organizações, contudo, o funcionário da empresa CEMAR garante que a interação é simplesmente um atalho para a empresa crescer ainda mais, no intuito de melhorar o seu desempenho.

Com o estudo chegamos a uma conclusão que a interatividade é muito influenciável ao crescimento do profissional, sendo que com ela torna mais fácil para empresa saber onde está o erro ou problema, para assim torna-lo de fácil resolução. Que com certeza será melhor com os funcionários como para a empresa, a fácil solução dos problemas é um ponto forte da empresa, porque se resolve o problema rapidamente é uma despesa a menos, e isto só vem a dar a empresa benefícios que levarão a um futuro muito mais promissor que com certeza atingirá todas as expectativas dos consumidores, gerando assim o sucesso da empresa.

Gráfico 4.2.1: Demonstrativo dos benefícios propostos em função da integração empresa/funcionário



Estimado que dos 100% de funcionários das empresas em estudo que afirmarão

haver um programa de satisfação do cliente, analisamos a partir daí, as informações das por eles das empresas pesquisadas 90.9 % (n=20) responderam se a empresa já lhe proporcionou benefícios e os mesmos asseguram que sim; dos quais 68.2% (n=15) acreditam que dos benefícios propostos pela organização tem como objetivo elevar o nível dos seus funcionários através da melhoria continua. Já 4.5% (n=1) associaram que no momento que as metas foram identificadas, sem dúvidas melhorará a capacitação dos funcionários e conseqüentemente aumentaria o nível da empresa com relação aos benefícios que a mesma dispõe aos consumidores; e 18.2% (n=4) acreditam que as motivações dessas pessoas é conseqüência de um trabalho que esta sendo bem desenvolvido pela empresa em estudo, pois na medida em que a mesma disponibiliza os programas p/ satisfazer seus clientes com certeza todas as necessidades serão solucionadas e com isso conseguiram melhores resultados tais como a fidelização da clientela. Com relação ao programa de satisfação dos clientes apuraram no item às vezes; 9% (n=2) responderam que os melhores benefícios propostos p/suprir tais necessidades é realmente a melhoria continua, pois através dos produtos alcançar a fidelizações dos consumidores, proporcionando aos mesmos melhores condições na hora de solicitar produtos e serviços, e com certeza depois desta melhoria a empresa em questão ficará mais forte no mercado altamente competitivo, e pronta para satisfazer totalmente seus clientes e adquirir também a fidelização do mesmo. Na empresa **CEMAR** é feito programa de satisfação de clientes e em que esse programa contribuirá para empresa em estudo 84.2% (n=16) afirmam que a empresa faz tais programas, dos que marcaram na opção sim; 26.35 (n=5) acreditam que de todos os benefícios utilizados pela organização o mais proveitoso no momento de satisfazer a clientela é a melhoria continua; 42.1% (n=8) asseguram que para obtermos resultados satisfatórios com relação dos parâmetros dos consumidores, devemos antes de tudo identificar metas para podermos observar onde é necessário aperfeiçoarmos para suprir todas as necessidades que por ventura possa existir com respeito aos nossos serviços; e 15.8 % (n=3) opinaram que motivar as pessoas é de suma importância no intuito de elevar o

nível de satisfação dos consumidores existente na empresa pesquisada. Dos 15.8% (n=3) que afirmam que a empresa que você é fiel só lhe proporciona benefícios às vezes; 5.3% (n=1) acreditam que o programa de satisfação dos clientes contribui p/ a mesma no que diz respeito à melhoria contínua; e 10.5% (n=2).

Tabela 4.2.2.: O programa de satisfação e suas contribuições para os benefícios oferecidos

A empresa que você é fiel lhe proporciona benefícios?	Em que programa de satisfação contribui para a empresa?							
	Melhoria contínua		Identificar metas		Delegar tarefas		Motivar as pessoas	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA								
1. Sim	15	68,2	1	4,5			4	18,2
2. Não								
3. Às vezes	2	9,0						
TOTAL	22				100%			
CEMAR								
1. Sim	5	26,3	8	42,1			3	15,8
2. Não								
3. Às vezes	1	5,3					2	10,5
TOTAL	19				100%			

A análise feita é para saber como está o relacionamento do cliente com a empresa, priorizando sua satisfação como sendo uma forma de fidelização, a partir de um bom atendimento até as várias e favoráveis formas de aquisição do produto, para que o mesmo tenha uma boa perceptividade da empresa que serve como contribuição para o desenvolvimento empresarial. Saber atribuir vantagens aos consumidores é uma virtude da

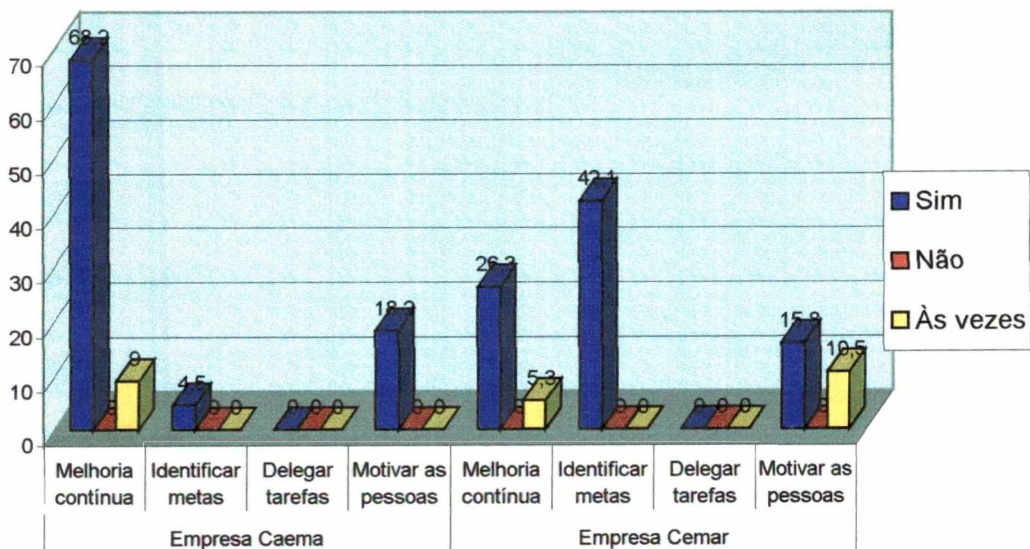
empresa totalmente inerente ao programa de satisfação do mesmo, tendo como proposta fundamental, garantir a fidelização. Como por exemplo, no momento do seu atendimento, a empresa tem que contar com funcionários para um atendimento único e personalizado para cada cliente e certificar-se que a organização tem um setor de atendimento com muitos recursos humanos, que garanta atender vários consumidores, onde para isso, toma-se como base o nível de demanda que é considerado alto, desde que haja uma qualidade reconhecida dos seus produtos e serviços prestados.

Com base nessa explanação de idéias, chegamos a uma realidade junto às empresas bastante coincidente, onde as duas se assemelham quanto ao suposto fato de proporcionar benefícios, com a **CAEMA** retendo 90,9% para alternativa sim e a **CEMAR** com sim também, num percentual de 84,2%. Essa realidade mostra que nas empresas há o que podemos chamar de cliente satisfeito e fidelizado. Entretanto, elas se diferenciam quanto a contribuição que se procede em cada empresa com respeito ao programa de capacitação, na qual para **CAEMA** trás melhoria contínua com 77,2% e para **CEMAR** 42,1%. Isso nos dá idéia que a primeira empresa está melhor aplicando o programa de satisfação.

“Hoje, os mercados estão cada vez mais globalizados e dinâmicos e os clientes cada vez mais exigentes. Para satisfazê-los, proliferam cada vez mais as linhas e modelos de produtos, com o ciclo de vida mais curto. E a coordenação da gestão de materiais, da produção e a distribuição passou a dar respostas mais eficazes aos os objetivos de excelência que os negócios exigiam. [...]” (FERNANDO, Paulo Fleury, 2000. Pág. 49)

Com base no estudo, concluímos que para obter desenvolvimento empresarial, as vantagens e benefícios oferecidos ao consumidor é fundamental para um programa de satisfação influenciável para o cumprimento das metas e o objetivo de empresa empreendedora. Com isso se a empresa oferece inúmeras vantagens fica lógico que conseguirá alcançar suas metas e com o passar do tempo alcançará o seu objetivo. A empresa para se desenvolver tem que estar atento as mudanças que ocorrerão no mercado, aí sim conseguirá o sucesso tão esperado, valorizando assim sempre o seu consumidor e garantindo que o mesmo se satisfaça com os serviços prestados pelas empresas em estudo.

Gráfico 4.2.2.: Diagnóstico dos benefícios oferecidos em função dos programas de



excelência

Analisando os dados extraídos através das respostas dadas pelos funcionários das empresas em pesquisa 72,7% (n=16) responderam que é feito um controle de clientela, entre aqueles que opinaram sim, os mesmos 72.7% (n=16) afirmam que a duração deste controle é feito semanal, no intuito de proporcionar aos clientes melhores condições no momento de solicitar seus produtos e serviços e garantir dos mesmos conforto e segurança na hora de escolher o que pretende comprar. Já com relação aos 27.1% (n=6) que asseguram que o controle não é feito de maneira frequente, é só as vezes; dos quais 13.6 % (n=3) acreditam que por haver uma grande necessidade de proporcionar as pessoas qualidade e sem dúvida mais conforto este programa é utilizado semanalmente; 4.5% (n=1) assegura que por falta de recursos não temos condições de está fazendo sempre estes controle, mas na medida do possível estamos procurando detectar como é que o cliente está vendo nossos serviços e principalmente nossa organização, pois são feitas tais programas com periodicidade bimestral; e 9% (n=2) asseguram que tal controle tem período de duração trimestral, assim temos bastante tempo para avaliar onde precisamos melhorar e até quando for fazer o seguinte controle, temos mais situações. Que possamos ver que de satisfatório ocorreu ou se não

ocorreram, e daí possamos tomar maiores providencias. Referindo-se a empresa **CEMAR**, tendo em vista se houve ou não tal controle por parte dos funcionários 83.1% (n=16) afirmam que Sim; dos quais 42.1% (n=8) dizem que por termos um número considerado de clientes e sempre estão aparecendo mais, fomos obrigados a fazer com que buscássemos mais contatos com os mesmos e para isso vimos a necessidade de preparar a eles que sempre deixe dados seus para podermos fazer de forma eficiente o controle, pois o mesmo tem periodicidade de semana; já 21% (n=4) acreditam que ocorre o mesmo controle apenas com período anual e para o mesmo número asseguram que a empresa faz com período semestral. Dos funcionários que afirmam por ser apenas às vezes; 15.8% (n=3) baseiam-se pelo fato da empresa obter vários consumidores é de suma importância que o período seja feito semanal.

Com relação a este controle de clientela, verificando o item não, nada se constatou e a respeito do período deste mesmo controle, nas opções anual e semestral nada a declarar na empresa **CAEMA**. Já na **CEMAR**, além do item não, também se manteve inexistentes as opções semestral e trimestral.

Tabela 4.2.3.: Importância do controle de clientela e sua periodicidade

Na sua empresa é feita o controle de clientela?	Qual a periodicidade do controle de cliente?									
	Semanal		Bimestral		Anual		Semestral		Trimestral	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA										
1. Sim	16	72,7								
2. Às vezes	3	13,6	1	4,5					2	9,0
3. Não										
TOTAL	22				100%					
CEMAR										
1. Sim	8	42,1			4	21	4	21		
2. Às vezes	3	15,8								
3. Não										
TOTAL	19				100%					

A razão do cruzamento é para verificar se a qualidade dos produtos e serviços prestados são de excelente nível de perfeição, para que dessa forma o grau de satisfação dos clientes seja satisfatório. Quando a empresa implanta um controle de clientela fica melhor identificar os clientes mais fieis, conseqüentemente a organização terá um crescimento melhor sobre a satisfação do cliente. A organização fazendo esse controle constantemente, logicamente ela terá um suporte maior diante da concorrência, levando a um sucesso que por sua vez é gratificante tanto para o cliente como para a empresa.

Sabendo que é fundamental para a empresa o controle do cliente, tomando como causa ter em mente as intenções do próprio cliente, para com a prestação de serviços e aquisição de produtos de qualidade que a empresa oferece em razão da satisfação do próprio. Na prerrogativa de analisar a realidade estudada, tomamos conhecimento que as empresas se igualam, com relação a realização do próprio controle de clientela. Onde a primeira respondendo sim para tal feito, Solveu um percentual de 72,7% e a segunda opinando também por sim deteve uma porcentagem de 84,1%, a alternativa “não” em ambas as empresas não foi opinada, talvez isso nos da a idéia que alguns funcionários foram inseguros a pergunta ou simplesmente não foram capazes realmente de admitir a possibilidade de porventura não existir esse controle. Com relação à periodicidade do controle as empresas se assemelham, onde ambas para um controle semanal a CAEMA tem 86,3% e a CEMAR 57,9%.

“[...] Há muitas ferramentas de pesquisas de mercado para coletar dados de maneira formal e estruturada, incluindo questionários e entrevistas. Essas técnicas, entretanto, visualmente tendem a ser estruturadas de uma forma como se somente fossem pôr a prova, idéias ou produtos ou serviços em função de critérios pré-determinados. [...]” (SLACK, Nigel, 1999. Pág. 119)

No entanto, perguntando aos funcionários entrevistados, quais os benefícios trás o controle de qualidade, contudo o F(1) da empresa CAEMA diz que:

“[...] são muitos sem controle, faz parte da empresa, sem controle não obtém sucesso e se a empresa tiver um controle bem implantado, jamais ficará para trás [...]”

Entretanto, o F(2) da mesma empresa responde que:

“[...] benefícios para própria progressão da empresa, fazendo dessa forma um quadro seletivo, a final de contas a empresa promove promoções para todos os tipos de clientes. principalmente para os inadimplentes [...]”

Diferenciando dos funcionários da empresa CAEMA, o F(3) da empresa CEMAR

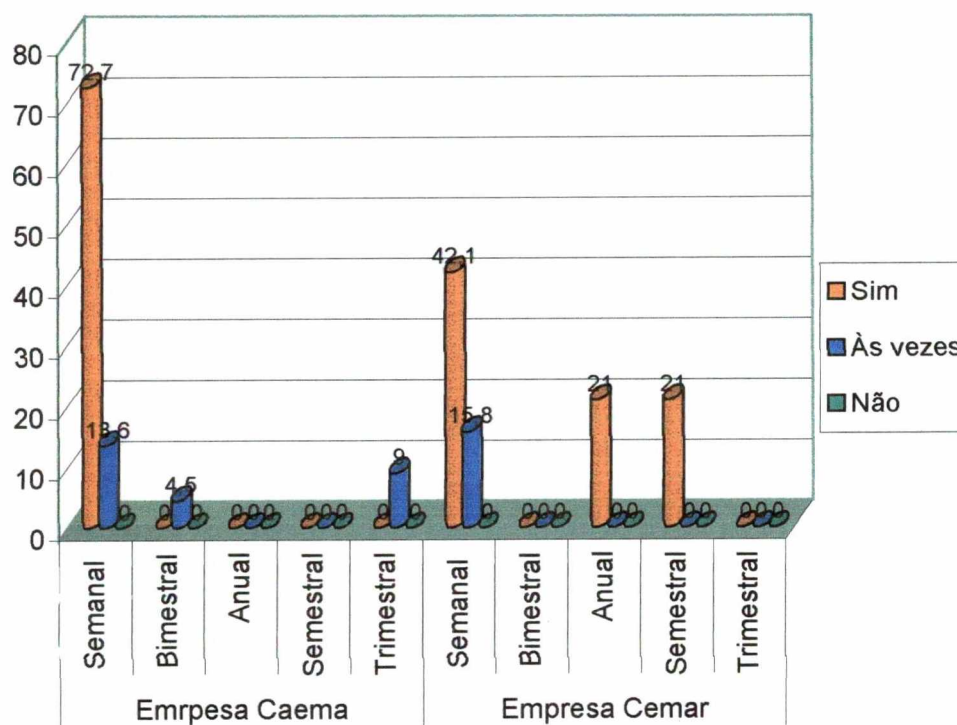
diz que:

“[...] o controle de clientela trás muitos benefícios, aos seus consumidores produtos e serviços de melhor qualidade [...]”

Concluimos que na empresa CAEMA o controle de clientela é sem dúvida de suma importância para o sucesso da mesma, pois ao analisar as respostas dos funcionários entrevistados, podemos verificar que os benefícios existentes por conta do controle de clientes foca principalmente os consumidores inadimplentes e o desenvolvimento da própria organização, referindo-se ao funcionário entrevistado da CEMAR o controle de clientela trás inúmeros benefícios, e através deles a organização sem dúvidas passa a garantir aos seus consumidores produtos de excelente qualidade e dispõe aos mesmos melhores serviços para que sintam-se altamente satisfeitos.

Com base nesse estudo, chegamos a uma conclusão que para a empresa conquistar mais fidelização e respeito por parte de seus clientes, avaliando assim as possibilidades que a mesma tem para usufruir as qualidades que a organização dispõe, é indispensável o controle de clientela. Quando a empresa faz o controle de clientela fica bem mais fácil identificar os melhores clientes diferenciando aqueles que são rentáveis dos que não são rentáveis, e outros aspectos que a empresa precisa para poder dar aos seus consumidores todas as regalias que venham a merecer, quando a empresa adota políticas voltadas única e exclusivamente para o cliente, podemos afirmar que esta é uma empresa preocupada com o processo de fidelização, no qual tal feito proporcionará desenvolvimento empresarial a esta, que por sua vez, estará habilitada a permanecer no mercado competitivo, oferecendo assim aos consumidores benefícios que lhes auxiliarão na hora de escolher o produto e o serviço que for necessário.

Gráfico 4.2.3.: Amostra do controle de clientes e a sua periodicidade para o desenvolvimento empresarial



Dos 100% de funcionários das 2 empresas, na qual afirmaram que suas empresas mantêm os clientes fieis, juntamente com também 100% de funcionários das 2 empresas que asseguraram que os beneficios que a empresa lhe proporcionou, aumentou o grau de fidelização, com isso analisamos as avaliações feitas pelos mesmos das empresas em pesquisa 77,1% (n=17) afirmam que a empresa costuma manter seus clientes fieis e diante do exposto utilizam alguns aspectos para facilitar no momento de conquistar os clientes, e por isso oferecem bônus; dos quais 45,4% (n=10) acreditam que o aspecto utilizado pela **CAEMA** para solucionar todos os problemas que possa existir, com base nos questionários, foi sem dúvida qualitativo; já 18,1% (n=4) concluíram pra podermos fazer com que nossa organização cresça bastante no mercado altamente competitivo, este mesmo número asseguram que deveremos satisfazer nossos consumidores, para que possamos garantir a fidelização dos

mesmos; assim os funcionários acreditam que o melhor critério utilizado é o participativo; e 13,6% (n=3) conformam que para obter melhores resultados e conquistar uma fatia considerável deve-se apostar no aspecto satisfatório. Referindo-se a opção praticidade; 4,5% (n=1) associam-se ao qualitativo, pois é dessa forma que temos a convicção de melhorar toda nossa estrutura de trabalho para conseguir melhores resultados no ramo comercial; dos 18.1% (n=4) que escolheram as opções acessíveis; 13.6% (n=3) acreditam que o escolhido o qualitativo, chegaremos a um ponto favorável no mercado, pois na medida em que disponibilizamos qualidade aos clientes conseqüentemente ocorrerá por parte dos mesmos uma melhor aceitação pelos nossos produtos e serviços; e 4.5% (n=1) por sua vez afirmaram os aspectos utilizados para fidelizar nossos consumidores o mais eficaz e que conseguem rapidamente os resultados e o participativo, pois na medida que ha participação dentro de um ambiente de trabalho com certeza seus resultados será cada vez mais satisfatórios.

Com relação à empresa **CEMAR**, dos que opinaram em oferecer bônus, para suprir todas as necessidades em que a organização se encontra para que possa fidelizar totalmente seus consumidores; 10.5% (n=2) afirmam que no momento de satisfazer as necessidades dos clientes, nós procuramos levar aos mesmos melhores condições no que diz respeito ao conforto, segurança, etc., e o critério, no modo de vista dos funcionários para a fidelização é o qualitativo. Com relação a praticidade; dos 5.3% (n=1) confirmam o que foi dito na opção anterior. De um total de 26.3% (n=5) que garantem que a empresa em estudo tem um bom atendimento; 10.5% (n=2) asseguram que a melhor forma para alcançar um satisfatório índice de fidelização é utilizar recursos para suprir toda eficiência nos produtos e serviços, propondo todos o aspecto qualitativo. Para o mesmo número de funcionários asseguram que o mais eficaz para esta situação é o participativo; e 5.3% (n=1) acham que o melhor para resolver todas estas questões é o comunicativo. Referindo-se aos 10.6% (n=2) que opinaram por comodidade; dos quais 5.3% (n=1) associaram-se a qualitativo e para o

mesmo número se faz para os que afirmam em participativo. Já com base nos 47.3% (n=9) que confirmaram que a empresa pesquisada costuma manter seus clientes fieis com preços acessíveis; 10.5% (n=2) deste total, acreditam que para solucionar todos os problemas que por ventura a organização não resolva com relação a fidelização dos seus consumidores todo este número acima de funcionários asseguram que o melhor aspecto para resolver esta questão é o qualitativo, e o mesmo número refere-se ao participativo; 5.3% (n=1) acreditam no satisfatório; e 21% (n=4) afirmam que para aprimorar todos os setores da empresa em estudo e melhorar seus produtos e serviço e a partir daí, promover a fidelização da clientela o aspecto que é mais eficaz e em seguida eficiente é o comunicativo.

Sobre manter os clientes fieis: Bom atendimento e comodidade, nada se constataram na empresa CAEMA. Com relação quais aspectos, na opção outros, tanto a empresa CAEMA quanto na empresa CEMAR, mantiveram-se inexistente.

Tabela 4.2.4.: Avaliação dos aspectos mais prioritários para fidelização, a partir dos benefícios oferecidos

Como a empresa mantém clientes fieis?	Em quais aspectos os benefícios que a empresa proporciona aumenta a fidelização?							
	Qualitativo		Participativo		Satisfatório		Comunicativo	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA								
1. Oferece bônus	10	45,4	4	18,1	3	13,6		
2. Praticidade	1	4,5						
3. Bom atendimento								
4. Comodidade								
5. Preços acessíveis	3	13,6	1	4,5				
TOTAL	22				100%			
CEMAR								
1. Oferece bônus	2	10,5						
2. Praticidade	1	5,3						
3. Bom atendimento	2	10,5	2	10,5			1	5,3
4. Comodidade	1	5,3	1	5,3				
5. Preços acessíveis	2	10,5	2	10,5	1	5,3	4	21
TOTAL	19				100%			

O cruzamento é para nos mostrar como está o desempenho do funcionário com relação ao melhor aspecto que por eles possa ser destacado, perante a fidelização do consumidor e que esta fidelização seja mantida através de benefícios que a empresa que na empresa faz uso para manter seus clientes cada vez mais satisfeitos. Quando a empresa oferece benefícios, conseqüentemente você passa a ser um cliente satisfeito e também fiel ao mesmo tempo, e estando satisfeito é sinal de que a empresa proporcionou uma série de regalias que com certeza aumentarão a sua satisfação em muitos aspectos, como por exemplo temos: comunicação. A empresa precisa ter comunicação com seus funcionários, porque é nessa comunicação que são detectados os problemas que ocorrem com o decorrer do tempo, e para manter esse cliente satisfeito é necessário que a empresa ofereça vantagens que agrada aos clientes. E assim logicamente ficarão satisfeitos.

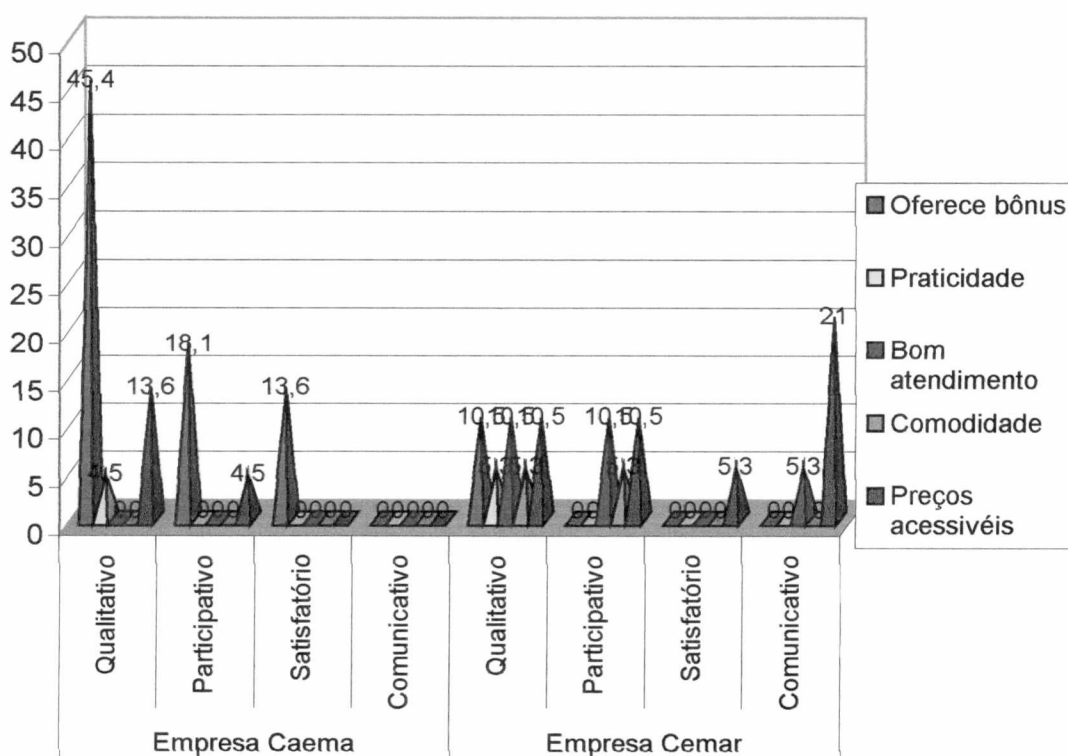
Com base no que foi relatado, tomamos conhecimento que com as vantagens que as empresas proporcionam aos seus funcionários para aumentar o grau de fidelização, em ambas as empresas o aspecto que mais condizente se fez a esse grau de fidelização, foi o qualitativo, com uma porcentagem de 63,5% para a **CAEMA** e 42,1% para **CEMAR**. Isso nos mostra que nas duas empresas a produção e a prestação de serviços superam as expectativas do consumidor nas suas exigências de qualidade. No entanto, eles se diferenciam quanto a forma que cada uma usa para manter a fidelização, onde a empresa **CAEMA** oferece bônus com um percentual de 77,1%, em contra partida, a **CEMAR** torna os seus preços acessíveis num percentual de 47,3%. Dessa forma toma-se conhecimento que as empresas fazem bom uso de promoções para atrair a clientela.

“A apenas um passo dos clientes estão às pessoas que devem lhe dar diretamente com eles. O pessoal de contato em uma organização de serviços ou a pessoas de vendas em uma organização orientada para produtos, atende todos os dias. Esse pessoal pode ter boas idéias sobre o que clientes gostam e não gostam. Pode ter reunido sugestões dos clientes ou possui idéias próprias a respeito da forma como produtos ou serviços poderiam ser desenvolvidos para atender melhor as necessidades dos seus clientes. [...]” (SLACK, Nigel, 1999. Pág. 120)

Com a realidade vista chegamos a uma conclusão, que o interesse que o

consumidor tem por uma determinada empresa, se resume principalmente às promoções e benefícios na aquisição do produto, que de certa forma a qualidade também exerce certamente influencia para essa satisfação do consumidor. Observamos e chegamos a concluir que todas as regalias que os consumidores tem são por direitos e as empresas precisam adotar essas políticas para poder ter os seus clientes mais satisfeitos com os serviços oferecidos.

Gráfico 4.2.4.: Demonstrativo dos benefícios da organização na constatação do grau de fidelização dos diferentes aspectos da mesma



Analisando os dados extraídos dos cruzamentos feitos com base nos questionários respondidos pelos clientes das empresas em estudo, verificamos que na empresa **CAEMA**, entre os canais de comunicação existentes na empresa, qual o tipo de comunicação entre você e a mesma e qual o envolvimento do prestador de serviço na solução de suas necessidades, dos 63% (n=63) afirmaram que esta comunicação é através de contatos pessoais; 11% (n=1) acreditam que se o prestador de serviços de sua organização está sempre motivado e pronta

para suprir todas as necessidades dos consumidores e os mesmos asseguram que é satisfatório; já 18% (n=18) por sua vez associam este envolvimento por parte do seu prestador como muito bom; 20% (n=20) de que se houver uma interação maior entre clientes e as pessoas encarregadas de solucionar a deficiência que os mesmos encontram na empresa pesquisada, com certeza o envolvimento será bom; e 14% (n=14) dos que opinaram acham que é regular, pois tem que haver uma maior preocupação e respeito dos prestadores de serviços, com isso as empresas ficam mais adequada para solucionar todas as necessidades existente e conseqüentemente satisfará todas os seus clientes. Com relação à empresa **CEMAR**, se existe ou não comunicação entre o cliente e a empresa e qual o envolvimento por parte dos prestadores de serviços, de um total de 32% (n=32) que asseguram que a comunicação é feita por contatos pessoais; 12% (n=12) acreditam ser satisfatório, pois o envolvimento ou prestações de serviços cada dia está melhorando, assim os mesmos procuram sempre estarem inovando para suprir todas necessidades existentes com respeito à satisfação dos consumidores; e 20% (n=20) asseguram que é regular, pois para que seja suprida todas deficiências é necessário fazer uma maior avaliação por parte da empresa para poder detectar onde precisa melhorar com relação aos serviços e o que fazer para aperfeiçoar mais seus funcionários no intuito de melhorar o padrão da empresa em questão. Referindo-se aos 21% (n=21) que dizem que é por contatos pessoais; 11% (n=11) responderam que é satisfatório tal envolvimento, porque os funcionários se encontram treinados para solucionar todos os problemas que porventura possa ocorrer, e isso é de suma importância no que diz respeito a melhoria dos serviços prestados pela organização; e 10% (n=10) afirmam que o grau de envolvimento dos prestadores de serviços é regular, pois os funcionários que se encontram para suprir todas as necessidades, não são capacitados de conhecimento suficientes, com isso é preciso que se aprimore freqüentemente os mesmos para que eles se habitem nesse mercado que constantemente está inovando.

Tabela 4.2.5.: Análise do canal de comunicação e o envolvimento do prestador de serviços da solução das necessidades

Canal de comunicação	Qual o envolvimento o prestador de serviços na solução de suas necessidades?											
	Satisfatório		Muito bom		Bom		Insatisfatório		Regular		Ruim	
	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%
CEMAR												
1. Contatos pessoais	11	11	18	18	20	20			14	14		
2. Contato por funcionários	4	4			9	9	1	1			2	2
3. Telefone	8	8	4	4	4	4			3	3	1	1
4. Outro									1	1		
TOTAL	100						100%					
CAEMA												
1. Contatos pessoais	12	12	4	4	8	8	1	1	20	20		
2. Contato por funcionários	11	11	2	2	8	8	1	1	10	10	1	1
3. Telefone	7	7			7	7	1	1	4	4	1	1
4. Outro					1	1			1	1		
TOTAL	100						100%					

Verificaremos este cruzamento para que possamos daí constatar o nível de satisfação dos clientes na empresa em estudo, e pensando bem, é necessário que haja por parte da empresa um canal de comunicação muito favorável para que venha fazer com que os clientes sintam-se mais à vontade, e necessitamos também de um maior envolvimento dos nossos funcionários para que os mesmos possa satisfazer todas as necessidades dos nossos clientes que com certeza é a peça fundamental para a nossa comunicação.

Com base no que foi dito anteriormente, temos convicção de que a empresa em estudo tem total preocupação com relação à satisfação da clientela, com isso tomamos conhecimento que o canal de comunicação mais utilizados pelas as empresas em pesquisa foi através de contatos pessoais, com um percentual de 63% para a **CAEMA** e 45% para a **CEMAR**. E assim fica notório que nas duas empresas o nível de comunicação através dos

contatos pessoais dentro da organização está bem favorável. Em contra partida as duas empresas pesquisada diferem-se a respeito de envolvimento do prestador de serviço na solução de suas necessidades, onde na empresa **CAEMA** o envolvimento do prestador de serviço é considerado Bom tem o percentual de 33% já com relação a empresa **CEMAR**, o mesmo envolvimento é regular com o percentual de 35%. Dessa forma é necessário que as empresas faça alguma coisa que possa melhorar o envolvimento dos prestadores de serviços para suprir as necessidades de seus consumidores.

“A identificação das expectativas do mercado é um dos passos mais importantes de todo o processo, pois estas informações serão bases para as análises a serem realizadas posteriormente. E para que seja possível obter essas informações, é indispensável a realização de pesquisas com clientes.” (FERNANDO, Paulo Fleury, 2000, Pág. 60)

Ao fazer a referente pergunta aos funcionários entrevistados, sendo a comunidade um fator importante para o desenvolvimento da empresa, o que você faria para dinamizar essa comunicação, onde o F(1) da empresa **CAEMA** diz:

“[...] agindo de modo que a comunidade viesse a participar de decisões sobre mudanças de hábitos da empresa, criando com isso uma interação entre empresa e cliente, criando assim uma amizade que assegurará a satisfação para ambas as partes [...]”

Já o F(2) da mesma empresa responde:

“[...] mostrar os trabalhos que temos realizado, as vantagens que fornecemos aos nossos consumidores [...]”

Discordando dos funcionários anteriores, o F(3) da empresa **CEMAR** diz que:

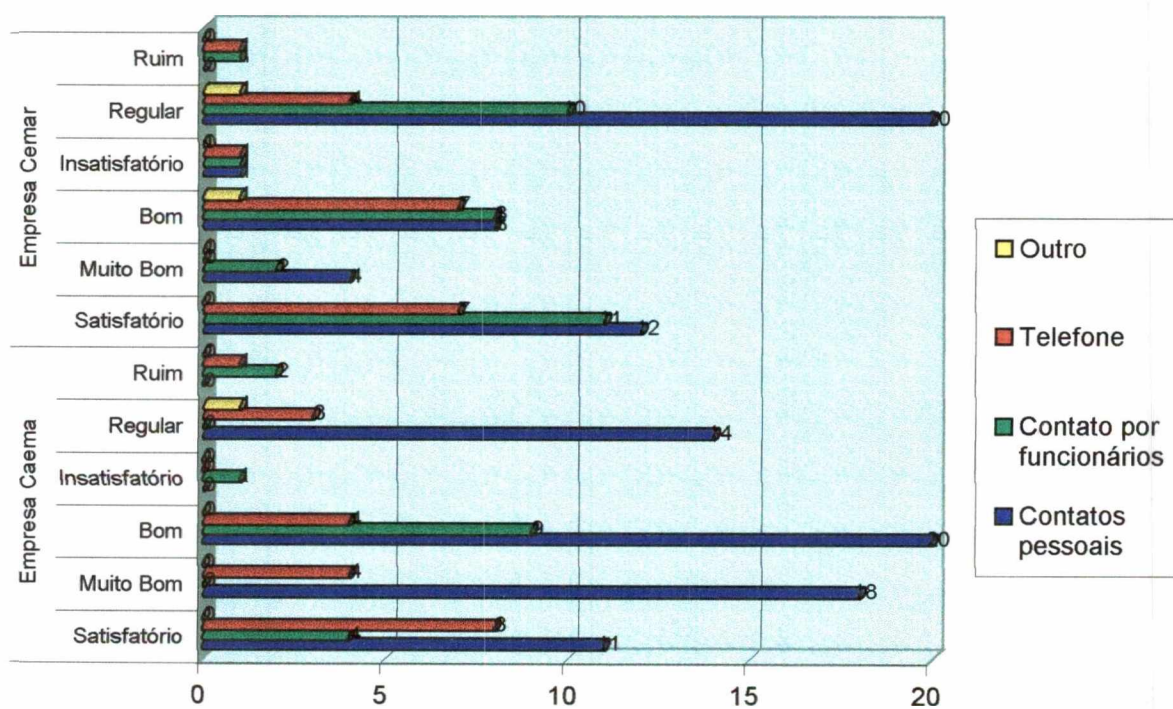
“[...] é necessário, que a companhia e nós funcionários disponibilizemos aos consumidores canais de acesso a suas atividades criando com isso uma interação bastante proveitosa, tanto para nós funcionários e a empresa como para os clientes [...]”

Concluimos que os funcionários das empresas em estudo tem conhecimento da importância que a comunidade exerce para o desenvolvimento da organização, por isso os funcionários entrevistados tem todo cuidado possível em levar aos consumidores vantagens, e criar métodos que possam fazer com que os mesmos sintam-se mais interligados com a organização, assim fazendo com que cresça a comunicação entre ambos.

Com relação ao que vimos, chegamos a conclusão que para os consumidores

adquirir ainda mais produtos e serviços de uma determinada empresa, é necessário que as mesmas crie um canal de comunicação e conseqüentemente melhore o envolvimento do seu prestador de serviço para possa ser solucionados todas suas necessidades, que com certeza aumentará a satisfação dos clientes em relação aos seus produtos e serviços e abrirá mais espaço para as empresas no mercado.

Gráfico 4.2.5.: Amostra da influência da comunicação e o envolvimento do prestador de serviços



Analisando as avaliações feitas pelos clientes das empresas pesquisadas dos 27% (n= 27) afirmam que escolheu esta empresa pela qualidade dos produtos e como você avalia as interações físicas das mesmas; dos 3% (n=3) acreditam que é ótima a avaliação que eles fizeram sobre as interações físicas, pois dispõe de novas tecnologias, e o prédio se encontra em perfeito estado; já 24% (n=24) consideram bom; pois na organização os produtos e serviços

são diariamente utilizados, e a mesma deve mostrar um maior nível de controle no momento da solicitação de produtos/serviços. 10% (n=10) que responderam o item preços; acham bom o ambiente físico de trabalho, assim devemos procurar melhorar cada vez mais, para que além de bom seja também excelente. Já com base na qualidade dos serviços; 15% (n=15) afirmam que é boa, pois nossa organização hoje, dispõe de recursos tecnológico bastante útil no momento de proporcionar aos mesmos melhores condições para solicitar seus serviços. Com relação ao atendimento; 10% (n=10) acreditam que é boa a avaliação feita sobre nosso espaço de trabalho, pois um local que podemos trabalhar com mais conforto e segurança, com certeza aumentará nossos rendimentos e conseqüentemente melhora ainda mais no momento em que os consumidores podem ser atendido dos 7% (n= 7) que opinaram em que é outro os motivo da escolha desta empresa p/ solucionar nossas necessidades, e este mesmo nº consideram regular a avaliações que os mesmos fizeram sobre as instalações físicas da nossa organização. Já na empresa **CEMAR**, dos 10%, (n=10) que opinaram na qualidade dos produtos por ser o motivo que eles escolheram esta empresa o mesmo nº asseguram que é regular o ambiente de trabalho da mesma. Referindo-se a facilidade; 14% (n=14) afirmam que ao avaliar nossa estrutura física encontramos algumas deficiências, como0 tecnologia, aparência do prédio, etc, pois é necessário que procuramos recursos p/ melhorar esses setores que deixam a desejar, e assim é o motivo que os clientes opinaram em regular. De um total de 27%, (n=2) onde afirmam que a causa da escolha por esta empresa foi pela qualidade dos produtos; 8% (n=8) asseguram que é ótimo as instalações físicas da mesma organização; enquanto 20% (n=10) asseguram que é boa; e 9% (n=9) por sua vez acreditam que ao avaliar profundamente os sistemas existentes dentre as empresa pesquisada analisamos alguns problemas que é de extremas importância p/ o desenvolvimento da mesma e notamos que precisa melhorar bastante nossos atendimento, pois o mesmo esta com recursos tecnológico defasado, e então consideramos regular todo o ambiente de trabalho. Com relação ao item outro; 11% (n=11) opinaram por ser regular as instalações físicas da empresa em estudo.

Tabela 4.2.6: Avaliação das instalações físicas com os benefícios oferecidos

Você escolheu esta empresa por causa de:	Como você avalia as instalações físicas da empresa em estudo?							
	Ótimo		Bom		Regular		Ruim	
	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%
CAEMA								
1. Qualidade nos produtos	3	3	24	24	3	3		
2. Amizade					1	1		
3. Organização	1	1	1	1				
4. Facilidade	1	1	7	7	3	3		
5. Preços			10	10	2	2		
6. Qualidade nos serviços			15	15	2	2		
7. Marca			2	2	1	1		
8. Atendimento			10	10	2	2		
9. Parentesco								
10. Outro	1	1	4	4	7	7		
TOTAL	100				100%			
CEMAR								
1. Qualidade nos produtos	2	2	4	4	10	10		
2. Amizade	1	1	1	1	1	1		
3. Organização			4	4	3	3		
4. Facilidade			8	8	14	14		
5. Preços			2	2	1	1		
6. Qualidade nos serviços	8	8	10	10	9	9		
7. Marca					1	1		
8. Atendimento	1	1	3	3	1	1		
9. Parentesco								
10. Outro			2	2	11	11	3	3
TOTAL	100				100%			

Fazendo uma análise deste cruzamento, verificamos o nível de satisfação dos clientes referente à empresa em estudo, e quais foram às causas que fez com que a mesma resolvesse suas necessidades, no entanto, pedimos aos clientes que avaliassem as instalações físicas das empresas pesquisadas e notamos que não é necessário apenas produtos e serviços de qualidade, bom atendimento, etc., além de tudo isso nós precisamos melhorar todo o espaço físico onde trabalhamos, bem como, reformar o ambiente de trabalho, trocar os maquinários defasados, por que na medida que isto é feito, sem dúvida a satisfação dos nossos

clientes em relação a nossa empresa será mais forte.

Em relação a tudo o que foi relatado, temos conhecimento que dos aspectos utilizados pelas empresas em estudo, o que mais proporcionou a satisfação dos clientes foi a qualidade dos produtos, com um percentual de 30% para a CAEMA, em contra partida na CEMAR foram a qualidade dos serviços, com o percentual de 16%. Isso nos mostra que nas duas empresas existe diferença em relação por que você escolheu esta empresa. E podemos notar que através de como é sua avaliação a respeito das instalações físicas das empresas pesquisadas, também observamos certa diferença por parte das duas empresas, onde na empresa CAEMA o percentual de 75% acham boa, já na empresa CEMAR o percentual de 51% referem-se a regular as instalações físicas do ambiente de trabalho, dessa forma notamos que de grande importância fazer uma reforma para obtermos a melhoria do espaço físico onde se encontra toda nossa estrutura de trabalho.

“Manutenção é o termo usado para abordar a forma pela qual as organizações tentam evitar as falhas cuidando das instalações físicas. É uma parte importante da maioria das atividades de produção, especialmente aquelas cujas instalações físicas têm um papel fundamental na produção de bens e serviços. [...]” (SLACK, Nigel, 1999. Pág. 491)

Contudo, perguntamos aos funcionários da empresa CAEMA que, as instalações físicas auxiliam no bom desenvolvimento das funções? Justifique sua resposta. O F(1) diz que:

“[...] claro que sim, uma pessoa bem acomodado, com equipamentos a altura e de suas funções certamente ele terá um outro nível de desenvolvimento [...]”

Já o F(2) diz que:

“[...] eu acredito que sim, pois temos sistemas (cidades) que seus escritórios são de uma estrutura precária, escritórios esses em que, nem o funcionário do loca, consegue ficar, pois o calor é enorme, acredito que, a qualidade do produto vem em 1º lugar, mas a imagem, a estética, também é muito importante [...]”

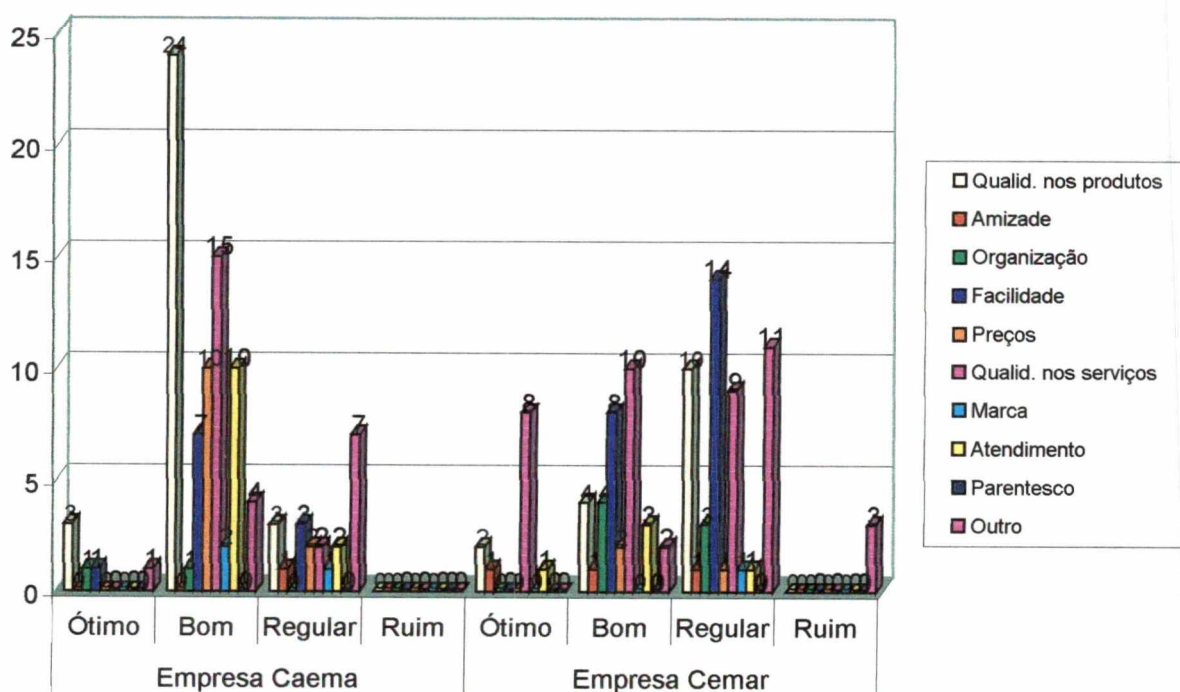
Semelhante aos funcionários anteriores, o F(3) da empresa CEMAR diz que:

“[...] Sim, quando se trabalha em um ambiente bastante agradável, fica melhor a desempenhar nossas funções e com certeza produziremos mais e melhor meu serviço [...]”

Concluimos, notamos que os funcionários entrevistados têm a consciência de que as instalações físicas hoje, dentro de uma organização, é de fundamental importância para que a mesma tenha êxito em seus serviços, pois com isso proporcionará aos funcionários e dos consumidores conforto, segurança e acima de tudo, deixa a empresa com maior respeito no mercado.

Com base na análise feita anteriormente, concluimos que os clientes de ambas as empresas escolheram as mesmas por causa da grande qualidade existentes nos seus produtos e também pela as qualidades dos serviços que encontramos disponível para a solução dos nossos problemas, mas em contra partida as empresas devem Ter uma maior preocupação a respeito das instalações físicas do seu ambiente de trabalho, pois o mesmo para obter a excelência necessitam de alguns reparos para que certamente venha alcançar a satisfação do consumidor.

Gráfico 4.2.6.: Demonstrativo dos benefícios e a avaliação das instalações físicas



Verificando os dados extraídos das respostas dadas pelo os clientes da empresa em estudo 87% (n=87) afirmam que a frequência com que eles utilizam os serviços e produtos são diariamente; dos quais 18% (n=18) afirmam que além de todos benefícios que a empresa dispõe, o que eles gostaria de encontrar na mesma é qualidade; já 45% (n=45) asseguram que depois de utilizarem produtos e serviços de qualidade propostos pela organização, o outro recurso que o mesmo gostaria que fosse proporcionado a eles, era um pouco mais de atenção; e 24% (n=24) acreditam p/ que a empresa tenha melhores resultados e adquirir mais e mais clientes satisfeito e de sua importância que a mesma proporcionasse além de todos seus produtos e serviços um considerável nível de segurança aos consumidores. Referindo-se ao item mensalmente; 3% (n=3) asseguram que todos os critérios utilizados pela empresa pesquisada é de grande valor no momento de satisfazer sua clientela, mas dos recursos utilizados, temos convicção de que o mais favorável p/ conseguirmos maior espaço no mercado é a confiança que a empresa tem que demonstrar com seus clientes. Na empresa **CEMAR**, dos 50% (n=50) acreditam que a frequência que é utilizado os serviços e produtos são diariamente; dos quais 25% (n=25) asseguram que necessitam e muito, algum dos produtos e serviços é de uma grande atenção por parte da organização; e p/ o mesmo nº que asseguram que a mesma deve dar mais segurança a seus consumidores principalmente durante a solicitação dos serviços; com relação ao os 32% (n=32) que escolheram mensalmente; 23% (n= 23) afirmam que além desses serviços e produtos há uma grande necessidade de atenção; já 9% (n=9) acreditam que não é necessário um bom atendimento nem mesmo produtos com qualidade, mais sim de um pouco mais de confiança na hora em que os clientes paguem na hora em que os solicitar seus serviços.

Sobre, com que frequência você utiliza os serviços e produtos desta empresa tanto na empresa **CAEMA** quanto na empresa **CEMAR**, com relação ao item quinzenalmente, nada foi constatado.

Tabela 4.2.7.: Satisfação tendo em conta a utilização de produtos e serviços e o que o consumidor necessita mais para as suas necessidades

Com que frequência você utiliza os serviços e produtos desta empresa?	O que você gostaria de encontrar nesta empresa. Além dos produtos e serviços?							
	Amizade		Companheirismo		Atenção		Confiança	
	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%
CAEMA								
Diariamente	18	18	1	1	45	45	24	24
Semanalmente					3	3		
Quinzenalmente								
Mensalmente	1	1			1	1	3	3
Bimestralmente					1	1	1	1
Semestralmente	1	1					1	1
TOTAL	100				100%			
CEMAR								
Diariamente	2	2	3	3	25	25	25	25
Semanalmente							2	2
Quinzenalmente								
Mensalmente	2	2	2	2	23	23	9	9
Bimestralmente							1	1
Semestralmente					5	5	1	1
TOTAL	100				100%			

Fazendo análise deste cruzamento verificaremos a qualidade dos produtos e serviços e qual o nível de satisfação dos clientes das empresas em estudo, e a partir daí, poderemos relacionar com frequência se o consumidor utiliza os produtos e serviços desta empresa e, além disso, o que ele gostaria que a empresa oferecesse, tendo em vista todo este cruzamento, notamos que os clientes na medida em que utilizam os produtos e serviços, que na maioria é feito diariamente, no entanto os mesmos necessitam de mais conforto e segurança no ato da solicitação, para que fiquem cada vez mais satisfeitos.

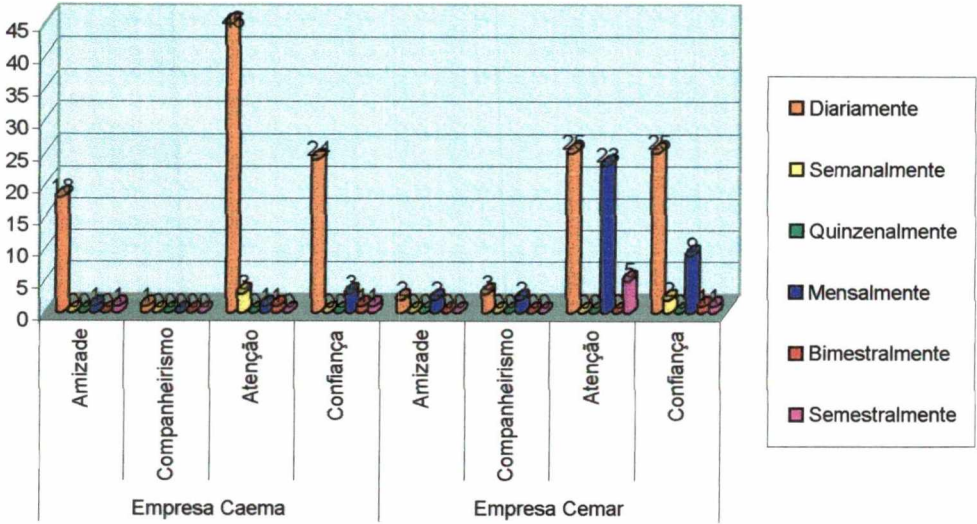
Com base no que foi relatado, tomamos conhecimentos que a frequência que é utilizada os serviços e produtos das empresas em estudo, e quase sempre é diariamente, tendo assim uma igualdade em ambas as empresas, onde na empresa **CAEMA** o percentual é de 68% e na empresa **CEMAR** é 55%. Isso significa que nas duas empresas a utilização dos produtos e serviços supera as expectativas dos funcionários. No entanto, elas também se assemelham a respeito do que os clientes gostariam de encontrar além dos produtos e serviços

e em ambas, os clientes gostariam de encontrar atenção. Com um percentual de 50% para a empresa CAEMA e um percentual de 53% para a empresa CEMAR, desta forma, as empresas tem que adequar seus funcionários de acordo com as exigências dos consumidores, para que os mesmos sintam-se satisfeitos e as empresas tornem-se cada vez mais aceitas pelos os clientes.

“[...] não é comum encontrar empresas que estejam gerenciando adequadamente o nível de serviços a seus clientes. Muitas empresas não tem claras suas prioridades competitivas, ou seja, não identificam com precisão como os clientes de cada um dos diferentes segmentos de mercado atendidos, priorizam os diferentes critérios de desempenho. (Preço, qualidade do produto, prazo de entrega, confiabilidade de entrega e flexibilidade). [...]” (CAON, Mauro, 1997, pág. 250)

Com relação do que vimos, concluímos que para os clientes se interessem realmente por uma determinada empresa, não basta oferecer a eles produtos ou serviços de qualidade, é necessário proporcionar aos mesmos maior atenção no momento em que eles estiverem com alguma necessidade; dessa forma terá dos mesmos mais confiança, garantindo assim uma boa imagem da organização no mercado, cujas as suas intenções é realmente proporcionar a mais plena satisfação aos seus clientes, levando-o a um primeiro plano um processo do desenvolvimento da empresa.

Gráfico 4.2.7.: Avaliação da satisfação a partir da frequência da utilização dos produtos/serviços e mais benefícios que os consumidores requisitam



Verificamos através das avaliações feitas pelos clientes das empresas em estudo 28% (n=28) afirmam que em relação o novo produto e serviço à empresa **CAEMA** presta informações p/ o mesmo em qualquer situação; dos quais 17% (n=17) asseguram que os aspectos que costumam usar no momento de escolher produtos e serviços é pela qualidade; 11% (n=11) acreditam que a escolha é feita pelo atendimento, pois a organização que dispõe de um atendimento personalizado faz com que os consumidores fiquem cada vez mais satisfeitos com seus produtos e serviços. Referindo-se aos 31% (n=31) que diz que a informação prestado com relação ao novo produto e serviço é feita no momento da solicitação; dos quais 23% (n=23) acreditam que o aspecto mais utilizado pelos consumidores na hora de escolher, e 8% (n=8) afirmam com relação a novos produtos e serviços só decidem na hora da escolha. E quanto aos que ficam sabendo por acaso; 9% (n=9) escolhem seus produtos e serviços pela qualidade. Com relação a empresa **CEMAR**, dos 21% (n= 21) que afirmam que em relação ao novo produto e serviço que a mesma dispõe, a informações prestadas aos consumidores são passadas em qualquer situação; dos quais 13% (n=13) asseguram que quanto aos produtos e serviço propostos pela empresa em estudo a primeira coisa que procuramos durante a escolha é a qualidade; e 8% (n=8) acreditam que o atendimento é a melhor forma que há quando você esta a procura de solucionar suas necessidades. Observando-se aos 49% (n=49) que acredita que a empresa presta informações referente ao novo produto e serviço na hora da solicitação 38% (n=38) responderam que suas escolhas são feita com base na qualidade; já 11% (n= 11) opinaram que no momento de solicitar seus produtos e serviços é feito através do atendimento que há a organização dispõe, pois nós sempre procuramos antes de fazer nossas escolhas referentes a tais produtos e serviços, antes buscamos informações sobre os mesmos, para que possamos adquiri-los com segurança e mais credibilidade. E verificando o item fico sabendo por acaso; 85 (n=8) acreditam que a melhor escolha é feita através da qualidade que possa existe nos produtos e serviços, pois havendo qualidade seguramente temos a convicção que estamos fazendo

negócio correto.

Tabela 4.2.8.: O papel da informação e os aspectos escolhidos na aquisição de produtos e serviços

A empresa presta Informação sobre e produtos serviços	Quais os aspectos que você costuma usar no momento de escolher produtos e serviços?									
	Pela qualidade		Pelo atendimento		Por maior disponibilidade		Por impulso		Decide na hora	
	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%
CAEMA										
1. Em qualquer situação	17	17	11	11	2	2			1	1
2. Na solicitação de serviços	23	23	8	8	6	6			8	8
3. Não presta informação	5	5	1	1	1	1			4	4
4. Fico sabendo por acaso	9	9			2	2	1	1	1	1
TOTAL	100				100%					
CEMAR										
1. Em qualquer situação	13	13	8	8					2	2
2. Na solicitação de serviços	38	38	11	11	1	1	1	1	1	1
3. Não presta informação	6	6	2	2					2	2
4. Fico sabendo por acaso	8	8	3	3	1	1	1	1	2	2
TOTAL	100				100%					

Verificamos com este cruzamento o nível de satisfação dos clientes nas empresas em estudo, e qual os critérios que os clientes costumam utilizar no momento de escolher produtos e serviços, e referindo-se a novos produtos e serviços que a empresa venha a oferecer, que tipo de informações a mesma presta aos clientes, e se realmente é prestado alguma informação, qual a posição dos clientes a respeito desta novidade, e podemos observar também se há preocupação por parte da empresa em oferecer qualidade aos consumidores para que os mesmos sintam-se satisfeitos.

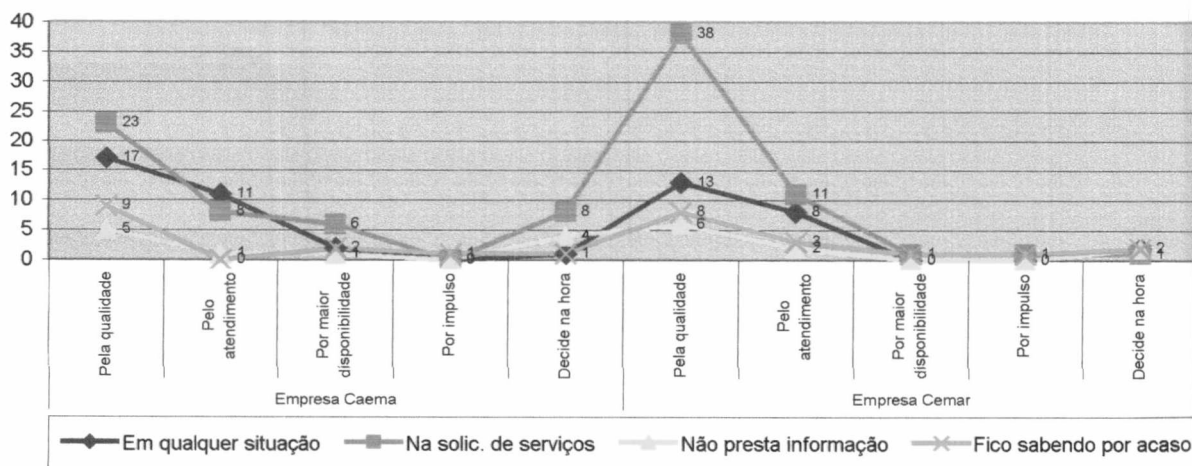
Baseando-se ao que foi dito anteriormente, notamos que em relação ao novo produto e serviços as empresas em estudo, por sua vez presta informações referente a tais produtos e serviços que por ventura cheguem em nossos estoques, e verificamos semelhança nas duas empresas, em ambas as informações são dadas no momento da solicitação de serviços, com percentual de 45% para a empresa **CAEMA** e um percentual de 52% para

empresa **CEMAR**. No entanto, encontramos semelhança também quando referimos a quais aspectos os clientes costumam usar para escolher seus produtos e serviços, e os mesmos asseguraram que o aspecto que costumamos usar é pela qualidade dos produtos e serviços, onde a empresa **CAEMA** tem percentual de 54%, e para a empresa **CEMAR** um percentual de 63%. Bem dessa forma as empresas utilizam forma significativa seus aspectos para atrair sua clientela.

“As tecnologias de processamento de informação inclui qualquer dispositivo que colete, manipule, armazene ou distribui informação. A maioria desses dispositivos classificam-se sob o termo geral *tecnologias baseadas em computador*, apesar de também dever incluir aquelas associadas com operações de telecomunicações. [...]” (SLACK, Nigel. 1999, pág. 188)

Através de todo o exposto, concluímos que as empresas pesquisadas têm total respeito pelos seus consumidores, pois isso é notório que nas mesmas é prestado todas as informações necessárias para que os clientes estejam sempre atentos as promoções e acima de tudo atentos em relação a novos produtos e serviços que com certeza é de grande qualidade. Essa prestação de informação serve até como forma de controle de estoque, uma vez que, a demanda por esses produtos de qualidade, por assim dizer, irá aumentar influentemente quando o próprio consumidor reconhecer a qualidade do novo produto que está a venda no mercado, sob efeito de benefícios que o mesmo proporcionará a quem dele fizer a aquisição.

Gráfico 4.2.8.: Demonstrativo da preferência de produtos e serviços em função de informações e aspectos escolhidos pelo consumidor



Analisando avaliação feita pelos clientes das empresas pesquisadas 66% (n=66) afirmam que o atendimento desta organização é antes/ personalizado; dos quais 55% (n=5) asseguram que sim a utilização de serviço tecnológico tem facilitado bastante no momento de ser atendido; e 11% (n=11) acreditam que não é necessário apenas de tecnologia mais de funcionários altamente capacitados e de um grande envolvimento por parte dos empresários, a tecnologia facilita só às vezes. Com relação aos 13% (n=13) em lento/ impessoal; esse mesmo n acreditam que as vezes a tecnologia funcionam, mas referindo a empresa em estudo é necessário mais do que isso, precisamos de vários recursos como; motivar os funcionários, oferecer treinamento aos mesmos etc.

Já na empresa **CEMAR** dos 39% (n=39) que opinaram por cortês/ personalizado; 25% afirmam que sim, a tecnologia é sem dúvida a ferramenta fundamental p/ facilitarmos nossos atendimentos e com isso levar aos consumidores melhores condições no momento de solicitarem seus serviços e produtos e 14% (n=14) asseguram que as vezes a tecnologia tem facilidade no momento de ser atendido mais isso não é necessário que a empresa deve fazer para que possa adquirir a satisfação total da clientela, a mesma porém tem que buscar além da tecnologia melhores profissionais todos altamente capacitados no intuito de proporcionar aos clientes melhores condições para que os mesmos possam não só melhor atendido, mas ser bem informado e esclarecido de tudo o venha a ocorrer dentro da organização que de uma forma ou de outra possa esta relacionadas com os consumidores.

Observando um total de 33% (n=33) que responderam ser lento e impessoal o atendimento em razão da pouca utilização dos recursos tecnológicos no momento em que é prestado os serviços de atendimento, mas não é só isso que necessitamos precisamos também que a empresa nos esclareça sobre os serviços e produtos para ganhar credibilidade diante do consumidor, atendendo de forma que deixem sem nenhuma dúvida com relação ao propósitos da organização em estudo.

Tabela 4.2.9.: Importância da tecnologia para o atendimento

Como você avalia o atendimento desta empresa?	A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento de ser atendido?					
	Sim		Não		Às vezes	
	C	100%	C	100%	C	100%
CAEMA						
1. Cortez/personalizada	55	55			11	11
2. Displicente/duvidoso	4	4			1	1
3. Frio/muito rápido	5	5	1	1	7	7
4. Lento/impessoal	3	3			13	13
TOTAL	100				100%	
CEMAR						
1. Cortez/personalizada	25	25	1	1	14	14
2. Displicente/duvidoso	3	3	3	3	6	6
3. Frio/muito rápido	4	4	2	2	4	4
4. Lento/impessoal	5	5			33	33
TOTAL	100				100%	

Fazendo análise destas variáveis, para que possamos verificar o nível de satisfação dos clientes, e através deste cruzamento vamos procurar saber como os nossos clientes avaliam nosso atendimento e verificar também se a utilização de recursos tecnológicos tem facilitado aos mesmos no momento de ser atendido, pois se houver por parte da empresa pesquisa um atendimento qualificado e enriquecido de informações, conseqüentemente todos os nossos clientes ficaram sem dúvidas satisfeitos com nossa estrutura de trabalho.

A respeito no que foi citado, temos conhecimentos que com avaliação feita através das empresas em estudo, com relação ao atendimento, nas duas empresas os clientes asseguram que o mesmo atendimento se caracteriza como cortês / personalizado, onde na empresa **CAEMA** tem um percentual de 66%, já na empresa **CEMAR** o percentual é de 40%.

Isso significa que nas duas empresas o atendimento superaram as expectativas dos consumidores de maneira surpreendente. No entanto, diferem-se uma da outra, com respeito a utilização de recursos tecnológico, se esse recurso tem facilitado no momento de ser atendido, onde a empresa **CAEMA** asseguram que sim com percentual de 67%, em contra partida, na empresa **CEMAR** afirmaram que as vezes, com percentual de 57%.

“Não há dúvidas de que a logística moderna foi fortemente influenciada pela evolução da tecnologia de informação. Essa evolução tecnológica proporcionou vantagens para as operações logísticas, que passaram a ser mais rápidas, confiáveis, de menor custo e mais eficientes. [...]” (FERNANDO, Paulo Fleury, 2000, Pág. 297)

Todavia, perguntando aos funcionários entrevistados que, com suas palavras o que trouxe de mais importante para sua empresa, os avanços tecnológicos, onde o F(1) da empresa CAEMA responde:

“[...] eficiência no atendimento ao cliente e acima de tudo, rapidez nas pesquisas de informações, agilidades nas soluções dos problemas e também na prestação dos serviços [...]”

Já o F(2) diz que:

“[...] Projetos de pesquisas que desenvolveram novos produtos para resolução de alguns problemas no que faz o tratamento como ferro-bactérias, reduzir os efeitos da dureza da água, entre outros, onde esses produtos visam o fortalecimento de nossos ideais na qualidade do produto [...]”

Diferentemente dos funcionários anteriores o F(1) da empresa CEMAR diz:

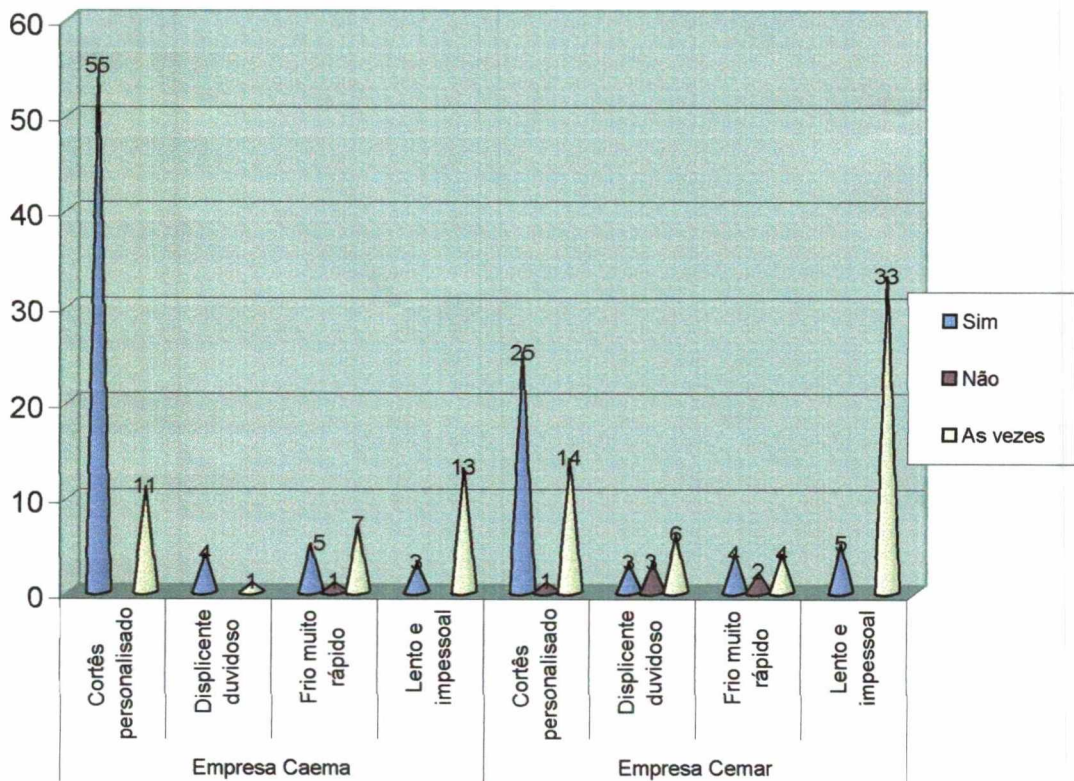
[...] na minha opinião a velocidade dos dados da empresa que antigamente levava 3 a 4 dias para levantar todas as informações, hoje é feito no máximo em 3 horas [...]

Analisando tudo que foi dito anteriormente, conclui-se que os funcionários entrevistados das respectivas empresas tem total conhecimento de que os avanços tecnológicos é de fundamental importância para o desenvolvimento das organizações em destaque e com isso, enriquecendo as empresas de informações, recursos, tornando assim fácil traçar suas funções e conseqüentemente ter poderes para suprir todas as necessidades de sua clientela.

Com base nos dados extraídos dos clientes das empresas em estudo concluímos que em ambas as empresas a avaliação feita sobre o atendimento é considerado cortês /

personalizado, isso quer dizer que nossas empresas está disponibilizando um atendimento de altíssima qualidade e fazendo com que todos os consumidores sintam-se realizados. Sabemos que a cara da empresa é o seu atendimento, ele se encarrega de fazer a imagem da empresa e a imagem é a primeira que fica, podendo essa ser favorável, desde que haja na empresa a preocupação de se fazer um bom atendimento aos seus clientes. Devemos lembrar também que a utilização dos recursos tecnológicos muito contribui a esse atendimento, de forma a torná-lo mais organizado e dinâmico.

Gráfico 4.2.9.: Demonstrativo do atendimento com tecnologia



4.3.O atendimento a partir da capacitação dos funcionários

Dos 95,4% de funcionários da **CAEMA** e 94,7% de funcionários da **CEMAR**, na

qual afirmaram que a empresa costuma ministrar cursos profissionalizantes e mais 95,4% da primeira empresa e 94,7% da segunda, que progrediram com estes cursos, nesse estudo feito sobre quem ministrou os cursos aos funcionários da **CAEMA** e qual foi o nível de progressão dos mesmos, observamos que ela é uma empresa que valoriza muito seus funcionários, dando a eles um ambiente de trabalho melhor e mais agradável. Com isso é que 63,6% (n=14) disseram que seu nível de progressão dentro da empresa é ótimo, e a ministração desses cursos foram feitos por empresas especializadas, isto mostra para nós que a empresa pesquisada tem uma preocupação com a capacitação dos seus funcionários, observou-se também que 13,6% (n=3) falaram que foi ótima a aplicação desses cursos e ao mesmo tempo responderam que foram técnicos formados quem ministrou estes cursos na empresa e com isso todos os funcionários saíram ganhando por que adquiram mais experiência nas suas respectivas funções, porem 4,5% (n=1) opinaram que seu nível com relação a aplicação desses cursos foi ótima, e isto mostra também que a empresa possuem supervisores capazes de ministra os cursos profissionalizantes.

Com tudo isto verifica que 4,5% (n=1) disseram que foi razoável a ministração dos cursos e disseram também que foram empresas especializadas quem ministrou os cursos profissionalizantes, a empresa **CAEMA** é uma família que tem como alvo a satisfação dos seus clientes, para isso é que vem proporcionado aos seus funcionários uma capacitação que venha a proporcionar aos seus funcionários uma capacitação que lhe de auxilio nos seus cargos ou funções que esteja atuando, e com isso observamos que 4,5% (n=1) assinalaram no questionário que seu nível com relação a aplicação dos cursos foi bom e foram mais uma vez empresas especializadas quem ministrou estes cursos profissionalizantes, também outro dado nos mostra que 9,0% (n=2) acharam bom os cursos profissionalizantes e disseram que foram profissionais da área quem repassou estes cursos profissionalizantes.

Já na **CEMAR** podemos analisar, que é uma empresa que valoriza muito seus funcionários, e está valorização se dá por que os seus profissionais executam suas funções

com a mais alta qualidade e perfeição possível e no questionário analisarmos que 5,6% (n=1) deram sua opinião que foi ótimo a aplicação desses cursos profissionalizantes, da mesma forma falaram que foram empresas especializadas quem aplicou os cursos profissionalizantes e com certeza a aplicação desses cursos fica lógico que seus funcionários passaram a desenvolver-se melhor e com mais agilidade e flexibilidade possível é por isso que 27,8% (n=5) responderam que seu nível com relação a aplicação dos cursos profissionalizantes foi ótimo e também indicaram os ministrantes dos cursos que foram técnicos formados, e no outro estudo constatamos que 22,2% (n=4) falaram que foi ótimo e ao mesmo tempo responderam também que foram profissionais da área quem ministrou os cursos profissionalizantes e com isso fica provado que a **CEMAR** é uma Empresa que pensa na satisfação dos seus clientes

Notamos também que 5,6% (n=1) responderam que seu nível perante aos cursos foi ótimo e quem aplicou foi os supervisores da empresa, na **CEMAR** a comunicação entre os seus funcionários é de uma excelente qualidade e com certeza conseguirá uma aprovação bem maior, constatamos que 16,6% (n=3) responderam que foi razoável o seu nível durante os cursos profissionalizantes disseram também que foram técnicos formados os ministrantes dos cursos, também verificamos que 5,6% (n=1) opinaram que acharam razoável à aplicação dos cursos profissionalizantes e foram profissionais da área quem ministrou os cursos profissionalizantes, também verificou-se que 16,6% (n=3) acharam razoável a aplicação dos cursos profissionalizantes e isto nos mostra que foram os supervisores da empresa os ministrantes desses cursos.

Em ambas as empresas os funcionários não responderam as perguntas com relação à aplicação dos cursos profissionalizantes às questões péssimo e ruim e na **CEMAR** seus funcionários deixaram de responder a pergunta que fala da aplicação dos cursos profissionalizantes com relação se foi bom.

Tabela 4.3.1.: O porque dos cursos profissionalizantes para o nível de progressão na empresa

Quem ministra os cursos profissionalizantes?	Nível de progressão dentro da empresa com aplicação desses cursos profissionalizantes					
	Ótima		Razoável		Bom	
	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA						
1. Empresas especializadas	14	63,6	1	4,5	1	4,5
2. Técnicos formados	3	3,6				
3. Profissionais da área					2	9,0
4. Supervisores	1	4,5				
5. Outros						
TOTAL	22			100%		
CEMAR						
1. Empresas especializadas	1	5,6				
2. Técnicos formados	5	27,8	3	16,6		
3. Profissionais da área	4	22,2	1	5,5		
4. Supervisores	1	5,6	3	16,6		
5. Outros						
TOTAL	19			100%		

Verificamos neste cruzamento que para conseguir funcionários capacitados é necessário fazer cursos profissionalizantes que possa suprir todas as deficiências nas duas empresas, e para isso é necessário consultar técnicos altamente qualificados para ministrar cursos que, com certeza, darão aos seus funcionários uma habilidade proveitosa, e conseqüentemente colocar nas empresas em estudo, recursos que venham aprimorar todos os funcionários para o seu trabalho feito com competência e atender todas as expectativas de seus clientes, com mais segurança no momento da solicitação de seus serviços e com isso os seus objetivos serão alcançados.

Observamos também que a **CAEMA** e a **CEMAR** são empresas que estão sempre capacitando os seus funcionários e com isso elas garantem a satisfação e fidelização dos consumidores. Verificamos que 71,7% dos funcionários da **CAEMA**, responderam que é

ótimo o nível de progressão dentro da empresa com a realização dos cursos profissionalizantes a partir de empresas especializadas com o percentual de 72,6%. Observamos na CEMAR 61,2% disseram que é ótimo o nível de progressão na empresa, com a realização dos cursos profissionalizantes por técnicos formados no percentual de 44,4%. Com esta análise notamos que os funcionários de ambas as empresas afirmaram ser ótimo o nível de progressão da empresa com a realização dos cursos profissionalizantes. Por isso elas se coincidem neste aspecto, que tem como objetivo disponibilizar a seus funcionários capacitação.

“Planejamento de capacidade é uma atividade crítica desenvolvida paralelamente ao planejamento de materiais. Sem a provisão da capacidade necessária ou a identificação da existência de excesso de capacidade, não podemos obter todos os benefícios e um sistema de planejamento MRP II, por um lado, capacidade insuficiente leva a deteriorização do nível de serviços a clientes. [...]” (CAON, Mauro. 1997, pág. 253)

Entretanto, perguntamos aos funcionários entrevistados, como a maioria dos funcionários da empresa afirmaram ser ótimo o nível de progressão de cursos profissionalizantes, na sua opinião, o que outros benefícios seriam importante para essa progressão, o F(1) da empresa CAEMA diz que:

“[...] aprofundar mais ainda neste sentido, visando atingir a todos, pois uma empresa se faz com todos, e se a empresa tem um bom nível de desenvolvimento, ficará bem mais fácil concorrermos com nossos concorrentes [...]”

Já o F(2) diz que:

“[...] na verdade é um investimento em que melhora a qualidade da mão-de-obra, melhora até a auto-estima do profissional e soluções de problemas [...]”

Diferenciando dos funcionários citados acima, o F(3) da empresa CEMAR diz:

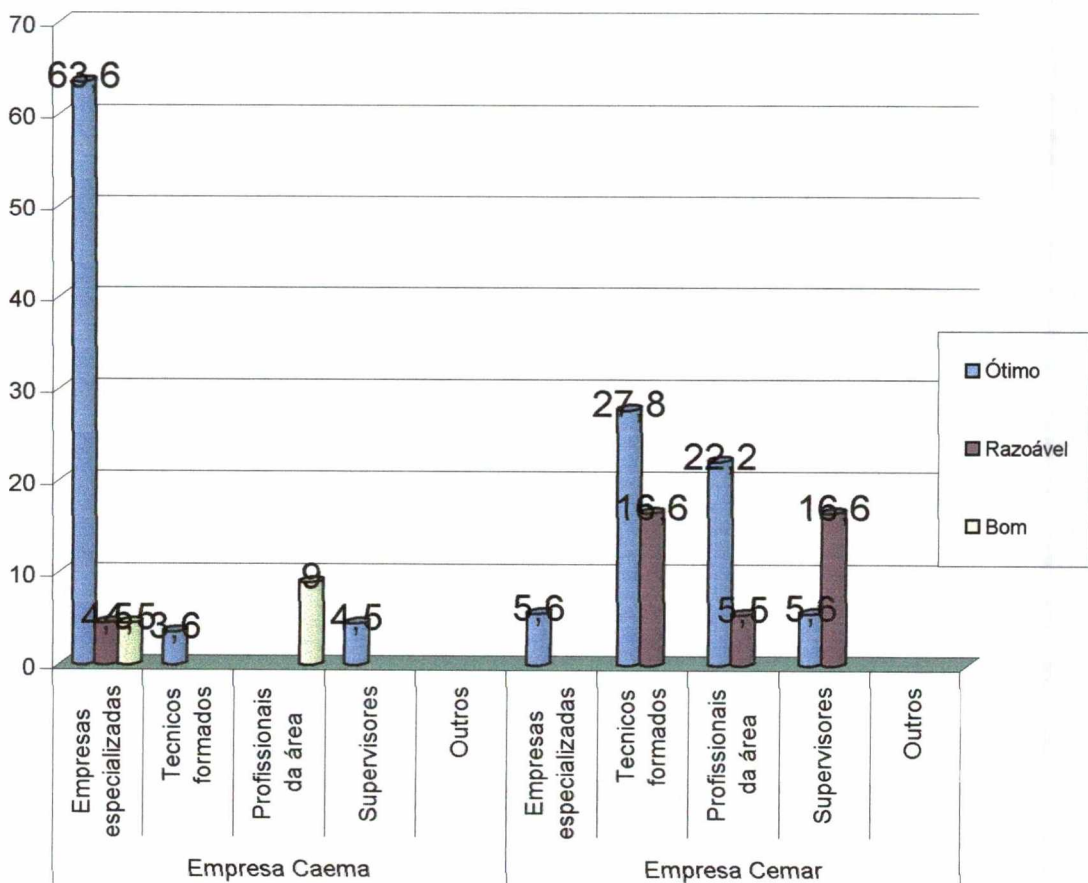
“[...] a implantação de novos cursos profissionalizantes, para poder dar um maior conhecimento para nós funcionários e com isso produziremos com mais qualidade nossos serviços [...]”

Com tudo isto, podemos concluir que as entrevistas feitas com os funcionários das empresas em questão, podemos verificar que o nível de progressão dos cursos profissionalizantes é realmente ótimo, tendo em vista do melhoramento da qualidade da mão-de-obra e ao aprofundamento dos conhecimentos aos funcionários para que os mesmos

tenham melhor condições para solucionar as necessidades dos seus consumidores.

Depois deste cruzamento notamos que as empresas precisam de melhorias, por isso oferecemos aos seus funcionários os questionários onde eles iam opinar com relação as suas necessidades dentro da empresa e suas habilidades que devem ser melhoradas. E isso nos mostra que as empresas precisam de melhorias. Com isso notamos que disseram que é ótimo o nível da empresa com a realização dos cursos profissionalizantes, e isto só tem a enriquecer a lucratividade da empresa como também a satisfação dos seus clientes.

Gráfico 4.3.1.: Demonstrativo do nível de progressão com os cursos profissionalizantes da empresa



Tendo em conta que 100% dos funcionários da empresa **CEMAR** e **CAEMA**, que acharam importante o treinamento, Investigamos o vínculo que há entre o processo de

interação da Empresa com os seus funcionários e o importante papel que os treinamentos tem de capacitar e motivar para se conseguir uma plena capacitação, tomamos conhecimento que na empresa **CAEMA**, na dada alternativa: crescimento profissional, preferível entre os questionados numa questão de múltipla escolha, deteve 86,3% (n=19) afirmando que a Empresa mantém uma interação com seus funcionários, ao responder sim para tal relação. A quantidade 13,6% (n=3) asseguraram que somente as vezes a organização dá importância a esta questão de interação. Para o crescimento pessoal, uma segunda alternativa mais opinada, 59,0% (n=13) disseram que há uma interação Empresa X Funcionários, para 9,0% (n=2) que afirmam que a Empresa enfatiza tal ação apenas às vezes. Sabendo que com o treinamento os funcionários tornam-se mais capacitados no desenvolvimento das funções, alternativa: Maior conhecimento, muito influenciável a esse desenvolvimento, obteve 45,4% (n=10) numa permanente interação com seus recursos humanos e 3,6% (n=3) para essa interação dada às vezes.

Na Empresa **CEMAR**, observa-se que 52,6% (n=10) conscientizaram que o treinamento é um importante fator no processo de crescimento dos recursos humanos com respeito a sua profissão, ressaltando para isso, a interação que é predominante. Sendo importante para o desenvolvimento dos funcionários com relação a sua pessoa o treinamento foi estimado por 47,3% (n=9) perante uma confirmação sobre a existência de um elo de ligação que a organização tem com os seus profissionais e 5,2% (n=1) defendendo que só de vez enquanto é estabelecido essa ligação ou interação. Para um maior conhecimento, outra opção bem considerada entre os funcionários, conquistou-se 47,3% (n=9) assegurando que existe sim interação. Para outra virtude do treinamento, sua capacidade de especializar as tarefas, teve 36,8% (n=7) que afirmaram existir uma interação e para 15,7% (n=3) relatando certa interatividade somente às vezes.

Nas duas Empresas, para a alternativa “não”, nada se constou, por assim dizer que,

a Empresa não tem interação com os funcionários e com relação aos requisitos do treinamento na Empresa **CAEMA** para a especialização de tarefas, auto-realização, orientação profissional e habilidades; todas apesar de marcadas, não foram disponibilizadas. Assim como na Empresa **CEMAR**, também não foram disponibilizadas auto-realização, orientação profissional e habilidades, para com isso se ter melhor assimilação da tabela ao colher somente as mais votadas, ou seja, as relatadas no relatório.

Tabela 4.3.2.: Papel do treinamento de funcionários para uma melhor interatividade

Três alternativas mais importantes com relação ao treinamento	A Empresa tem interação com os funcionários			
	Sim		Às vezes	
	F	100%	F	100%
CAEMA				
1. Crescimento profissional	19	86,3	3	13,6
2. Especialização de tarefas	8	36,3		
3. Auto-realização	3	13,6		
4. Maior conhecimento	10	45,4	3	13,6
5. Crescimento pessoal	13	59,0	2	9,0
6. Orientação profissional	4	18,1	1	4,5
7. Habilidades				
8. Outros				
TOTAL		22		100%
CEMAR				
1. Crescimento profissional	10	52,6		
2. Especialização de tarefas	7	36,8	3	15,7
3. Auto-realização	7	36,8	1	5,2
4. Maior conhecimento	9	47,3	2	10,5
5. Crescimento pessoal	9	47,3	1	5,2
6. Orientação profissional	3	15,7	1	5,2
7. Habilidades	3	15,7	1	5,2
8. Outros				
TOTAL		19		100%

Elaboramos o cruzamento porque a interação empresa X funcionários é fator preponderante para despertar e descobrir aspectos qualitativos e capacidades que refletem na

hora do atendimento, tomando como efeito disso programas de treinamento que a empresa submete em prol do desenvolvimento dos recursos humanos, para enfrentar as exigências e necessidades dos consumidores.

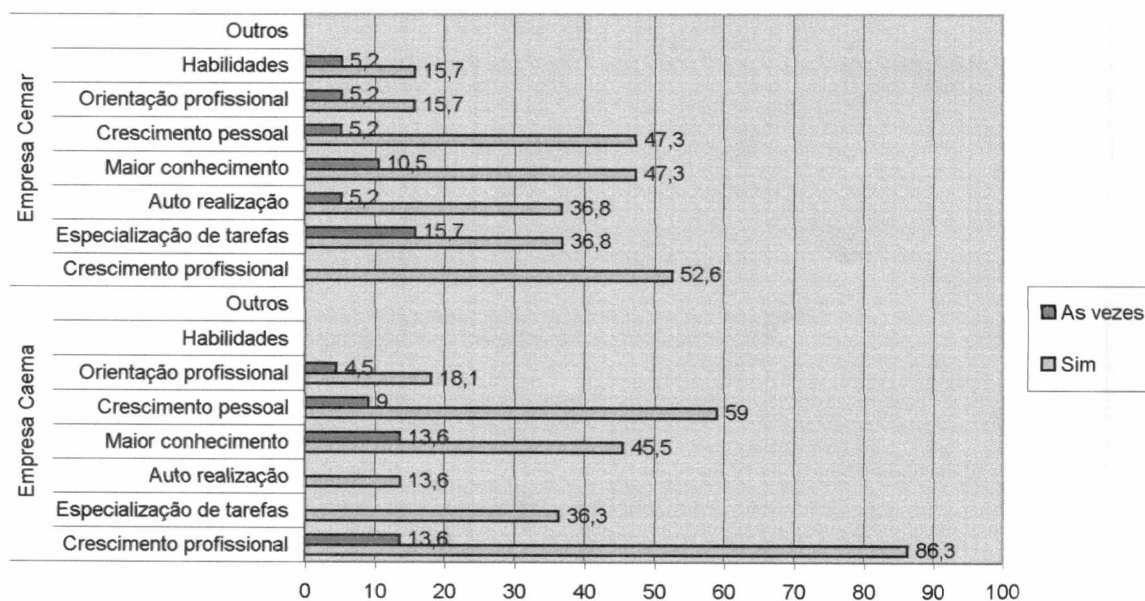
Saber trabalhar com pessoas é um papel muito difícil para aqueles que seguram as rédeas de uma organização, pois cada membro ou pessoa que faz parte dessa estrutura tem o seu modo de ver a realidade, tem suas exigências, suas fraquezas e virtudes, algumas são mais instruídas de conhecimentos, outras encontram dificuldades para adaptar-se e vencer barreiras; dessa forma, cabe a empresa conhecer melhor seus recursos humanos, fazendo uso de uma boa interatividade que possa investigar o seu grau de satisfação com respeito as políticas da empresa e benefícios que a mesma lhe oferece, no intuito de torna-las mais motivadas para as suas funções e mais preparadas também, onde para isso certa interação, irá facilitar o momento em que há necessidade de se usar programas de capacitação e principalmente treinamentos, que trazem crescimento profissional e desenvolvimento para a organização, dinamizando por exemplo: o atendimento. Baseando-se nisso observamos que as empresas em estudo, tanto **CEMAR** como **CAEMA** mantêm uma interatividade com seus funcionários, onde na primeira 86,2% respondem sim e na segunda 84,0% também sim. Na alternativa de múltipla escolha, em ambas as empresas, para o crescimento profissional, tiveram uma maioria de 99,9% para a primeira e 52,6% para a segunda, que ainda teve esta segunda o mesmo percentual para especialização de tarefas. Sendo o crescimento profissional considerado tão importante, podemos afirmar que nestas empresas em estudo o desenvolvimento de seus funcionários é pleno, tendo em conta os treinamentos aplicados.

“Não é coincidência que muitos programas bem sucedidos tenham um gerente de treinamento como um dos principais impulsionadores. TQM é, pelo menos, em parte, uma mudança de atitude, de maneira que a tarefa de desenvolvimento é fundamental, sem dúvidas, há técnicas que os funcionários devem aprender, mas o propósito dessas técnicas é apenas funcionar para o objetivo básico – a eliminação de erros.” (SLACK, Nigel. 1999. Pág. 522)

Com base no estudo, chegamos a uma conclusão, que é muito importante para o desenvolvimento da organização saber relacionar-se com seus recursos humanos, gerando

assim uma harmonia entre ambas de forma a conhecerem-se melhor e preocupar-se como anda a capacitação da empresa, pois capacitação é sinônimo de perfeição. Até também como forma de proporcionar as pessoas ou recursos um meio pelo qual podem alcançar muitos e variados objetivos, tanto pessoais como também para organização, desde que para isso seja estimulado o trabalho em equipe para o desencadeamos para as funções administrativas junto a submersão de treinamentos, sempre que necessário.

Gráfico 4.3.2: Amostra da interação dos funcionários com relação aos treinamentos



Analisando o tempo de duração dos cursos profissionalizantes com avaliação do treinamento, verificamos que na empresa **CEMAR**, 86,4% (n=19) entre aqueles que avaliaram ótimo treinamento, afirmaram que o tempo de duração dos cursos profissionalizantes é de 1 a 4 meses. Por outro lado, 13,6% (n=3) afirmaram que são bem treinados para também o tempo de 1 a 4 meses dos cursos.

Na empresa **CAEMA**, perante uma ótima avaliação do treinamento 68,4% (n=13) asseguraram o tempo de 1 a 4 meses para se aplicar cursos para o desenvolvimento do

profissional e avaliando como bom o treinamento, 21,1% (n=4) confirmaram o período de 1 a 4 meses e 10,5% (n=2) para a duração de 7 meses dos cursos profissionalizantes.

O tempo de 5 a 6 meses e a opção outros, em ambas as empresas não foram marcadas.

Tabela 4.3.3.: A análise da avaliação do treinamento e duração dos cursos profissionalizantes

Avaliação do treinamento	Tempo que durou os cursos profissionalizantes			
	1 a 4 meses		7 meses	
	F	100%	F	100%
CAEMA				
1. Ótimo	19	86,4		
2. Bom	3	13,6		
3. Regular				
TOTAL	22		100%	
CEMAR				
1. Ótimo	13	68,4		
2. Bom	4	21,1	2	10,5
3. Regular				
TOTAL	19		100%	

De fato uma empresa crescente em desenvolvimento é aquela que faz dos seus recursos humanos a mola mestre para o sucesso garantido, sabendo que é a partir do modo como se encontra a capacitação dos funcionários, à empresa usufrui de benefícios diante das funções na organização, desempenhada pelos mesmos, é claro desde que haja a preocupação de submeter-se a treinamentos e cursos profissionalizantes, que venham dinamizar a produção e prestação de serviços, principalmente no que se refere a atendimento.

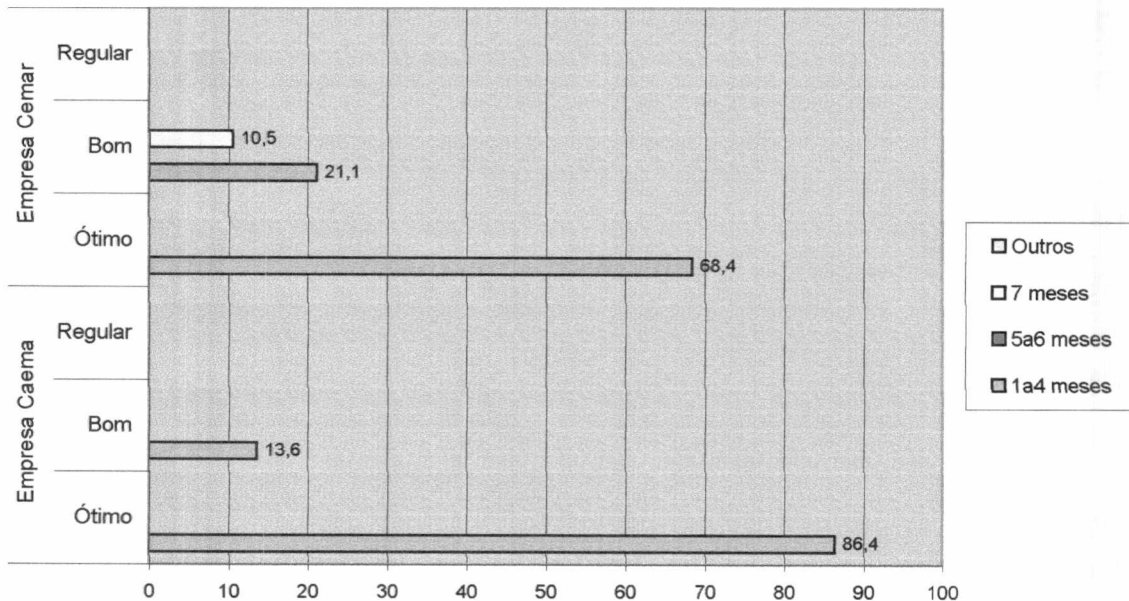
Com base nessa realidade, verificamos que as empresas se igualam com relação a avaliação do treinamento, opinando ambas a alternativa ótima com 86,4% para **CAEMA** e 68,4% para **CEMAR** e com relação ao tempo de duração dos cursos profissionalizantes que é de 1 a 4 meses, com o percentual para a primeira de 100% e para outra 89,5%. Isso nos

mostra que as duas empresas estão mantendo os seus funcionários sempre capacitados para o desenvolvimento das funções.

“Autonomia é delegar cada vez mais responsabilidades as pessoas envolvidas nas atividades diretas do negócio, de tal forma que a tarefa de gerência seja a de dar suporte ao chão da fábrica. Tal autonomia está presente na operação JIT. [...]” (SLACK, Nigel. 1999, pág. 364)

Nesse estudo concluímos que é de fundamental importância para a empresa estabelecer treinamentos e cursos aos seus recursos humanos, para um melhor desempenho, como meio de melhorar os resultados obtidos pelos mesmos e incentivá-los a terem um maior esforço individual para uma perfeita relação com as capacidades, habilidades e sua percepção do papel a ser desempenhado, uma vez que o mesmo queira junto a sua empresa manter-se no mercado competitivo onde para isso requer uma boa capacitação, que garanta as exigências e necessidades do consumidor no momento de atendê-lo.

Gráfico 4.3.3.: Demonstrativo dos treinamentos avaliados dos cursos de profissionalização



Considerando que dos 95,4% dos funcionários da **CAEMA** e 94,7% da **CEMAR** que afirmaram que a empresa costuma fazer programas de capacitação, analisamos a simetria

existente entre o fato de averiguar se a empresa avalia os interesses dos clientes, com o tempo que ela costuma fazer programas de capacitação, constatamos que na empresa **CAEMA** para aqueles que responderam sim, 63,6% (n=14) afirmou que o tempo de 6 meses é o utilizado pela organização para aumentar a capacitação de seus funcionários, a partir dos programas de capacitação; por outro lado 1 ano, 2 anos e mais de 3 anos trata-se de períodos de tempo, na qual o programa foi feito com o valor de 4,5% (n=1) igual entre eles. 22,7% (n=7) para a possibilidade de somente às vezes haver avaliação dos interesses do consumidor. Na empresa **CEMAR** não é muito diferente, pois afirmando que existe uma constante avaliação dos interesses dos consumidores, 6 meses e 1 ano de programas que trazem capacitação, tiveram um percentual igual a 42,1% que equivale a 1 funcionário. Para uma avaliação feita de vez enquanto, 10,5% (n=2) disseram que se faz um programa em 6 meses, com o restante de 5,3% (n=1) para mais de 3 anos.

Em ambas as empresas, a alternativa não para se negar a avaliação que a organização faz aos consumidores, não foi opinada.

Tabela 4.3.4.: Análise dos interesses dos clientes com plena capacitação de funcionários

A empresa avalia os interesses os clientes?	Tempo em que a empresa costuma fazer programa de capacitação							
	6 meses		1 ano		2 anos		Mais de 3 anos	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA								
1. Sim	14	63,6	1	4,5	1	4,5	1	4,5
2. Às vezes	5	22,7						
3. Não								
TOTAL	22				100%			
CEMAR								
1. Sim	8	42,1	8	42,1				
2. Às vezes	2	10,5					1	5,3
3. Não								
TOTAL	19				100%			

A análise feita é para saber se a empresa está tendo um avanço do seu quadro de funções voltadas para o crescimento, com relação ao tempo estipulado para aplicação do programa de capacitação, que tem como missão preparar o funcionário para o bom atendimento, entre outros benefícios que trás a fidelização do consumidor, favorecendo uma avaliação de seus interesses.

O cliente como sendo a razão de qualquer negócio, jamais a sua satisfação deve ser colocada de lado. Dispondo de funcionários altamente qualificados, com certeza sempre haverá na organização condições de suprir exigências e necessidades dos consumidores, principalmente em se tratando de atendimento com qualificação. Com base nesse estudo, verificamos que as empresas se igualam quanto ao fato de haver uma constante avaliação dos interesses dos seus clientes, com o percentual de 77,1% para **CAEMA** e 84,2% para **CEMAR**. Essa realidade nos mostra que as empresas se preocupam com a demanda, para cobrir suas vendas influenciadas pelo interesse que o cliente tem para com a empresa. Elas ainda se igualam, favorecendo o gradual e constante desenvolvimento dos seus funcionários, no que se refere ao programa de capacitação com um percentual de 86,3% para a primeira e 52,6% para a segunda, ambas afirmando o tempo de 6 meses.

“Traduzir as necessidades dos consumidores, envolve, por exemplo, decidir o que é mais importante para eles: o preço, o prazo de entrega, a gama de produtos e serviços, a confiabilidade de entrega ou qualquer outra coisa.” (SLACK, Nigel. 1999, pág. 78)

Perguntando para os funcionários da empresa CAEMA, o que deve-se o fato da empresa manter constantes programas de capacitação? Como foi, o F(1) diz que:

“[...] é que hoje ou se capacita ou se é excluído, tanto a empresa como o seu quadro de empregado é a globalização que estamos vivendo [...]”

Já o F(2) diz que:

“[...] esses programas de capacitação visa melhorar cada vez mais a qualidade dos serviços, ou seja, é um investimento em que todos ganham. O último que fiz, foi um curso voltado apenas para químicos, que já executamos em nossa estação de tratamento de água [...]”

Diferentemente dos funcionários da empresa CAEMA o F(3) da empresa

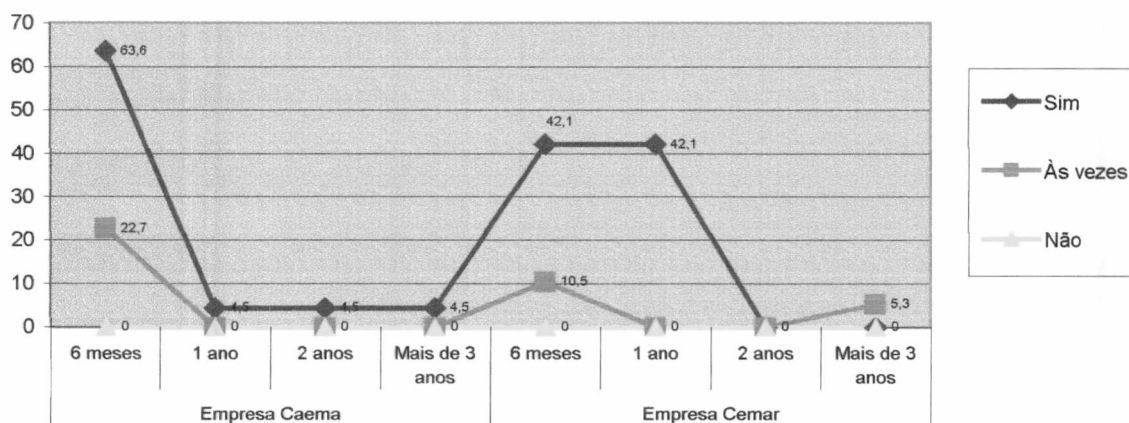
CEMAR diz que:

“[...] na minha opinião, mesmo que quando a empresa proporciona para nós funcionários programas de capacitação, acho que ela quer crescer e proporcionar aos consumidores produtos e serviços de melhor qualidade. Quando eu fiz este programa, procurei da melhor forma possível aprender tudo para poder por em prática.”

Contudo, podemos concluir que as empresas em estudo deve-se ao fato de fazer constantes programas de capacitação, no intuito de ampliar os conhecimentos de seus profissionais para que eles possam adquirir mais conhecimentos e, assim, fazer com que passem a suprir todas as necessidades que porventura venha a ocorrer, e analisando os funcionários entrevistados, vimos que foram feitos cursos profissionalizantes em todas as empresas pesquisadas, embora às vezes, não tendo o sucesso desejado, mas podemos considerar de modo geral que tais cursos foi de suma importância para funcionários, empresas e até mesmo para os consumidores.

Com a realidade estudada, chegamos a uma conclusão que para a empresa desenvolver-se, se faz necessário saber para onde está voltado o interesse do consumidor, de forma a proporcionar os mesmos uma prestação favorável de serviços e produtos, tomando como base disso a realização de programas de capacitação.

Gráfico 4.3.4.: Ilustrativo dos programas de capacitação para uma melhor avaliação dos interesses da clientela



4.4. Comparação do Programa de Satisfação dos consumidores para o desenvolvimento organizacional das empresas em estudo

Analisando a ligação que existe entre o grau de satisfação do consumidor com relação ao atendimento da empresa e o envolvimento do prestador de serviço na solução das necessidades da clientela, chegou-se a um entendimento que se tratando da empresa **CAEMA**, para um ótimo grau de satisfação do consumidor a partir do atendimento, obteve 7% (n=7) para um satisfatório envolvimento do seu prestador de serviços com relação às necessidades dos clientes e 4% (n= 4) afirmando ser muito bom os serviços prestados. Diante de um bom atendimento que influencia na satisfação do consumidor com relação a um satisfatório empenho do prestador de serviços nas necessidades, esse envolvimento para uma favorável prestação de serviços, obteve 10% (n=10) para satisfatória, 17% (n=17) assegurando ser muito boa, 33% (n=33) boa, 1% (n=1) achou insatisfatória e 6% (n=6) afirmaram ser regular. A clientela apontando como regular o atendimento da empresa, contendo 12% (n=12) consumidores; essa quantidade relacionou a um também regular envolvimento do prestador de serviço nas necessidades. Para um ruim envolvimento do prestador, o percentual 1% (n= 1) foi um numero em comum para as opções que apontam: uma regular participação e uma ruim satisfação, ambas influentes ao atendimento.

Vistoriando a empresa **CEMAR** no seu atendimento e prestação de serviços, chegamos a um conhecimento que para um bom grau de satisfação do consumidor, 22% (n= 22) relacionaram a uma satisfatória prestação de serviços, 4% (n= 4) a um envolvimento muito bom dos encarregados de prestar bons serviços, 20% (n= 20) bons envolvimento e 10% (n= 10) para a resolução das necessidades , foi regular. Para um muito bom envolvimento dos que prestam serviços, 1% (n= 1) foi um numero em comum para as opções: ótimo e regular referente a postura de entendimento da empresa perante a possibilidade de se ter clientes satisfeitos. Para agradar o consumidor com o atendimento 5% (n= 5) asseveram ser regular, contrariando a ligação com um satisfatório envolvimento com o prestador de serviços na

solução das necessidades, 21% (n= 21) para uma regular prestação de serviços e 1% (n= 1) afirmou ser ruim essa prestação. Para uma ruim satisfação 1% (n= 1) relataram a uma também ruim dedicação do prestador de serviço.

Tabela 4.4.1.: O envolvimento do prestador de serviços para um atendimento satisfatório

Qual o envolvimento do seu prestador de serviços na solução de suas necessidades?	Qual o seu grau de satisfação com relação ao nosso atendimento?							
	Ótimo		Bom		Regular		Ruim	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA								
Satisfatória	7	7	10	10	6	6		
Muito bom	4	4	17	17	1	1		
Bom			33	33				
Insatisfatória			1	1				
Regular			6	6	12	12	1	1
Ruim					1	1	1	1
TOTAL	100				100%			
CEMAR								
Satisfatória	3	3	22	22	5	5		
Muito bom	1	1	4	4	1	1		
Bom	1	1	20	20	3	3		
Insatisfatória					3	3		
Regular	2	2	10	10	21	21	2	2
Ruim					1	1	1	1
TOTAL	100				100%			

Verificamos neste cruzamento, que através de uma comparação de dados sobre os programas de satisfação dos clientes e sua importância para o crescimento da empresa em estudo, foi detectado que para obtermos melhores resultados e conseguirmos êxito no crescimento das empresas, necessitamos de um maior envolvimento por parte dos nossos

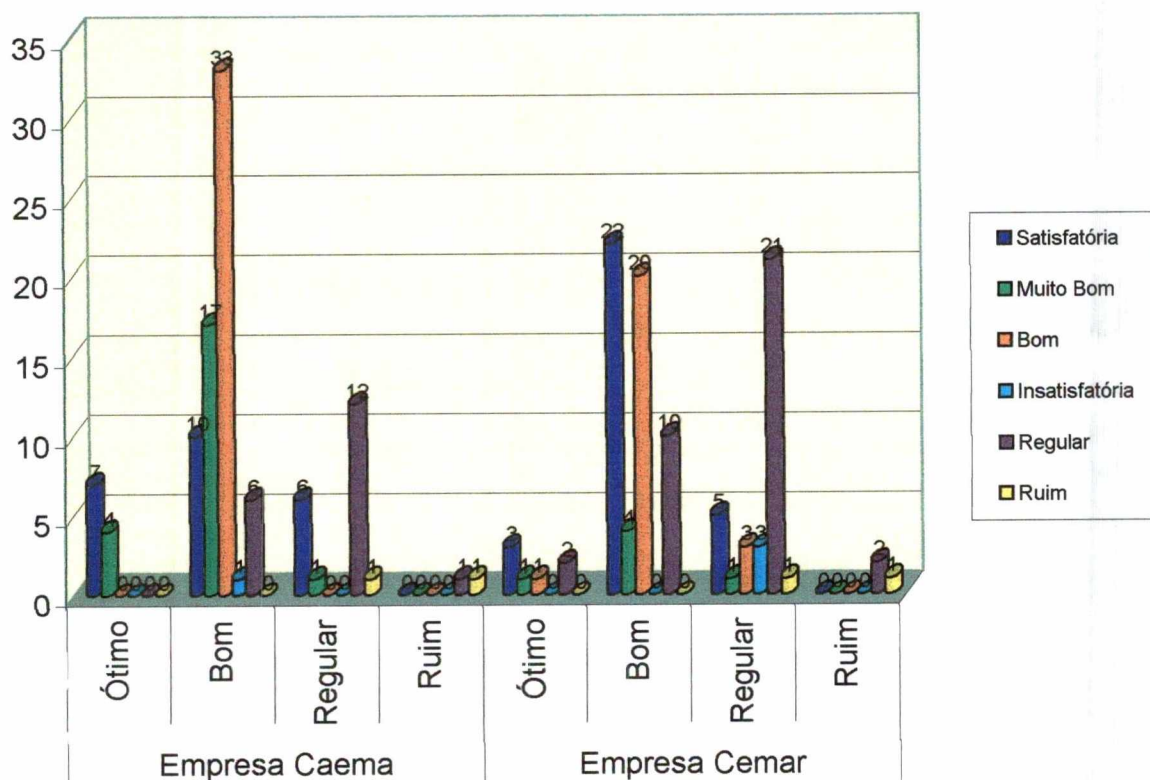
prestadores de serviços e assim conseqüentemente vai melhorar o grau de satisfação com relação aos nossos produtos e principalmente referindo-se ao nosso atendimento e com isso os clientes tornem-se mais confortados e satisfeitos, e daí conseguimos alcançar o crescimento das empresas em pesquisa.

Referindo-se a tudo que foi relatado, observamos que através de um maior envolvimento por parte dos nossos prestadores de serviços para solucionar as necessidades da clientela, notamos uma grande diferença entre as duas empresas em estudo, com relação a empresa **CAEMA**, onde um percentual de 33% consideram o envolvimento como bom, em contra partida na empresa **CEMAR** com o percentual de 35% asseguram que o mesmo envolvimento é regular. No entanto, ambas assemelham-se com relação ao grau de satisfação dos clientes, com atendimento das empresas em estudo, onde na empresa **CAEMA** dos que afirmam que é bom o percentual é de 67%. E dos que asseguram que o grau de satisfação é bom, na empresa **CEMAR** o percentual é de 56%. Com isso ficou claro que nas empresas dispõem de um bom atendimento no intuito de suprir todas as necessidades dos consumidores.

“É importante, então, procurar definir o nível de serviços adequados as necessidades dos mercados, alvos visados pela empresa para não desperdiçar recursos com que não torna a empresa mais competitiva, comprometendo a sua competitividade em outros aspectos.” (CAON, Mauro. 1997, pág. 251)

Baseando-se na realidade, concluímos que para obtermos total satisfação dos nossos clientes, com relação a todo o atendimento que nossa organização propõe aos mesmos, ficou claro que é necessário que haja urgentemente um maior envolvimento por parte dos nossos prestadores de serviços, ou seja, nossos funcionários devem receber mais motivação e melhores condições de trabalho para que aumente a sua potencialidade e com isso possamos garantir a satisfação dos nossos consumidores e proporcionar melhores condições no momento de serem atendidas, conseqüentemente levar aos clientes mais conforto, segurança e, acima de tudo, credibilidade, pois com isso não crescerá apenas a satisfação de nossa clientela, mas sim toda a nossa estrutura organizacional.

Gráfico 4.4.1.: Amostragem do grau de satisfação com envolvimento do prestador de serviços, no momento do atendimento



Analisando dados retirados deste cruzamento podemos verificar se a empresa demonstra preocupação com a satisfação dos clientes e de que forma você é lembrado pela empresa **CAEMA**, através dos expostos, dos que opinaram sim 13% (n= 13) é lembrado sempre e no momento da solicitação de serviços; 10% (n=10) nunca foi lembrado e 5% (n= 5) só durante a solicitação; 3% (n=3) durante o lançamento de promoções. No item não 4% (n=4) de forma alguma nunca e jamais foram lembrados; 3% (n=3) opinaram em outros. Com relação à alternativa às vezes, 1% (n=1) são sempre lembrados; 15% (n=15) nunca foram lembrados; 2% (n= 2) apenas durante a solicitação; 6% (n=6) geralmente só no momento da solicitação de serviços; 9% (n= 9) não é lembrado e 1% (n=1) escolheram outros.

Na empresa **CEMAR** verificando o item sim, 5% (n=5) sempre é lembrado pela empresa; 4% (n= 4) no decorrer da solicitação; 13% (n=13) enquanto solicito os serviços; 5%

(n= 5) no momento que é lançado as promoções; 4% (n=4) não é lembrado e 3% (n=3) opinaram pelo quesito outros. Já em às vezes 2% (n= 2) são sempre lembrados; 9% (n= 9) nunca foram lembrados, mas já outros afirmam que são lembrados no momento de solicitar os serviços; 5% (n= 5) são lembrados tanto durante a solicitação quanto ao lançamento de promoções; 14% (n= 14) não são lembrados e 1% (n= 1) escolheu a opção outros.

Sobre data de seu aniversário, com relação aos itens: sim, não e às vezes tanto na empresa CAEMA quanto na empresa CEMAR nada se constatou.

Tabela 4.4.2.: A importância da satisfação conforme a empresa lembra do cliente

A empresa demonstra preocupação com sua satisfação?	De que forma você é lembrado pela empresa?															
	Sempre		Nunca		Na solicitação		Na solicitação de serviços		Lançamento de promoções		Data de seu aniversário		Não é lembrado		Outras	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA																
Sim	13	13	10	10	5	5	13	13	3	3			10	10		
Não			4	4			1	1					4	4	3	3
Às vezes	1	1	15	15	2	2	6	6					9	9	1	1
TOTAL	100								100%							
CEMAR																
Sim	5	5			4	4	13	13	5	5			4	4	1	1
Não			2	2	1	1	1	1	2	2			14	14	3	3
Às vezes	2	2	9	9	5	5	9	9	5	5			14	14	1	1
TOTAL	100								100%							

Este cruzamento é para que possamos detectar até que ponto os programas de satisfação dos clientes estabelecidas em nossas empresas, e qual a sua importância para o crescimento da mesma e para sabermos também, se existe alguma preocupação da empresa com relação a satisfação dos clientes, que é de grande importância, e acima de tudo verificar o

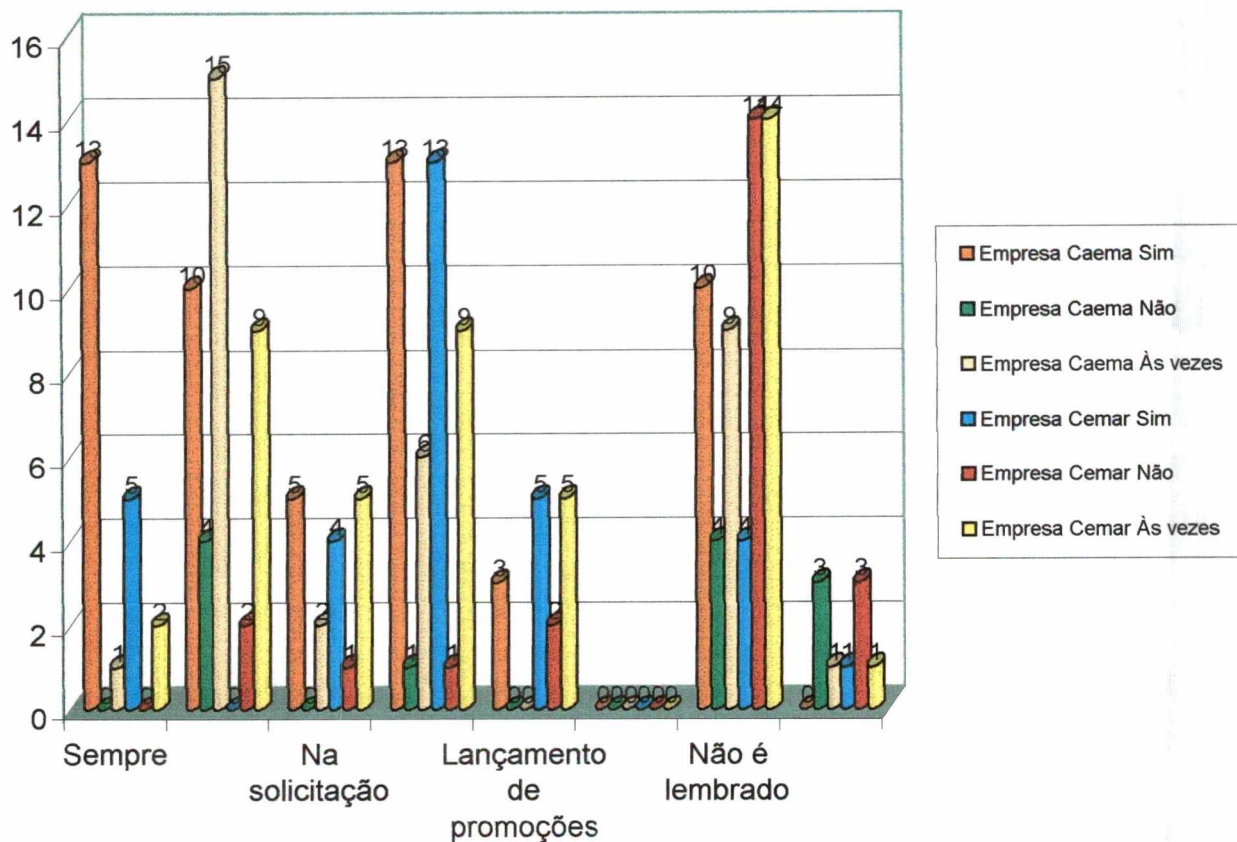
nível de relação da nossa empresa com nossos clientes, pois se fizermos com que a empresa tenha prioridade aos mesmos, sempre lembrará a eles sobre promoções, novos produtos, mandar alguma mensagem de aniversário, etc; daí podemos levar tanto a satisfação dos clientes como também abrir mais espaço no mercado que se encontra mais competitivo.

Com relação ao que foi dito analisamos que nas empresas em estudo, há uma considerável diferença entre elas, com relação à empresa demonstrar preocupação com a satisfação dos seus clientes, onde na empresa **CAEMA** 64% asseguraram que sim, em contra partida na empresa **CEMAR**, 45% responderam que às vezes é demonstrada essa preocupação. No entanto, observamos que nas duas empresas ocorrem outra diferenciação, com relação a forma como você é lembrado, e vimos que na empresa **CAEMA** asseguraram que nunca são lembrados de maneira alguma por esta empresa, por outro lado, na empresa **CEMAR** com o percentual de 32% por não ter uma maior comunicação por parte da empresa, os mesmos afirmaram que não são lembrados. Dessa forma é necessário que as empresas criem soluções para que possam resolver tudo isso, pois as mesmas poderão perder bastante com respeito a fidelização da clientela.

“Um problema de basear nossa definição de qualidade nas expectativas dos consumidores é que as expectativas dos consumidores individuais podem ser diferentes. Experiências passadas, conhecimento individual e seu histórico vão dar formas as suas expectativas. Além disso, os consumidores, ao receber produto ou serviço, podem percebê-lo, cada um de maneira diferente. [...]” (SLACK, Nigel. 1999, pág. 415)

Observando todo o exposto concluímos que nas duas empresas em pesquisa é de suma importância que se faça algo que demonstre preocupação, a respeito da satisfação dos consumidores, no entanto, notamos que para que ocorra realmente a satisfação total que desejamos por parte dos nossos clientes, é necessário que as empresas em estudo estejam sempre buscando informações juntamente com os seus consumidores, ou seja, as empresas tem que estarem sempre lembrando a sua clientela sobre promoções, novos produtos, enfim de tudo que venham ocorrer nas organizações que de uma forma ou de outra, possam favorecer os clientes.

Gráfico 4.4.2.: Demonstrativo da preocupação que a empresa tem com a satisfação em virtude de quando o cliente é lembrado por ela



Segundo dados extraídos do cruzamento onde podemos relacionar o atendimento da empresa **CAEMA** em relação às outras empresas e o que devemos fazer para conseguir mais clientes, chegamos as seguintes informações: com relação à opção excelente 2% (n=2) opinaram tanto em pedir sugestões aos clientes, quanto ao promover o cliente e 6% (n=6) preferiram menores taxas de juros. Referindo-se a muito bom, 3% (n=3) escolheram pedir sugestões aos clientes; 13% (n=13) promover o cliente; 1% (n=1) opinaram em mais propagandas e 4% (n= 4) fizeram uma escolha por mais atendimento.

Analisando o item bom 10% (n=10) marcaram em pedir sugestões aos consumidores; 23% (n= 23) ficaram com a possibilidade de promover o cliente; 4% (n= 4) afirmaram que deveríamos propor mais propaganda; 8% (n=8) acham melhor proporcionar

aos clientes menores taxas de juros e 5% (n=5) ficaram com mais atendimento. Dos clientes que responderam regular, 8% (n=8) responderam que é necessário os funcionários pedir sugestões aos consumidores e 1% (n=1) dos clientes, escolheu mais propaganda, menores taxas de juros e mais atendimentos. Daqueles que fizeram sua opção por ruim, 1% (n=1) opinou tanto para pedir sugestões para os clientes quanto para mais atendimento. Verificando-se o quesito: precisa melhorar, 2% (n=2) asseguraram pedir sugestões aos clientes e 1% (n=1) afirmou para: promover o cliente, mais propaganda, menores taxas de juros e mais atendimento.

Já na empresa **CEMAR** constatou-se dos que marcaram na opção excelente: 2% (n=2) acham primordial tanto pedir sugestões aos clientes quanto menores taxas de juros e 1% (n=1) respondeu que deveriam fazer mais propaganda. No que diz respeito a muito bom, 3% (n=3) escolheram opinar e pedir sugestões aos clientes; 1% (n=1) respondeu em promover o cliente, mais propaganda e menores taxas de juros e 2% (n=2) mais atendimento. Com relação a opção bom 9% (n=9) afirmam que o mais importante é pedir sugestões aos clientes; 7% (n=7) marcaram tanto em promover o cliente quanto em mais atendimento; 4% (n= 4) acham mais eficaz que haja mais propaganda e 6% (n=6) priorizam menores taxas.

Avaliando o quesito regular 13% (n=13) afirmam que a empresa em pesquisa deveria pedir sugestões aos clientes para o seu desenvolvimento; 1% (n=1) afirma que é melhor promover o cliente e também utilizar mais propaganda; 8% (n=8) opinam por menores taxas de juros e 3% (n=3) fazem suas escolhas por mais atendimento. Analisando a opção ruim, foi constatado que: 1% (n=1) respondeu pedir sugestões dos clientes e também promover a promoção os mesmos. Já em precisa melhorar; 8% (n=8) escolheram em pedir sugestões aos clientes, 3% (n=3) acham melhor promover o consumidor; 13% (n=13) opinaram por sua vez, em menores taxas de juros e 1% (n=1) respondeu que será necessário, tanto mais propaganda, quanto mais atendimento.

Tabela 4.4.3.: A relação do atendimento com o de outra empresa no intuito de atrair clientes

Relacione o atendimento desta empresa com relação à outra empresa	Para conseguirmos mais clientes o que deveríamos fazer?									
	Pedir sugestões aos clientes		Promove o cliente		Mais propaganda		Menores taxas de juros		Mais atendimento	
	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%
CAEMA										
Excelente	2	2	2	2			6	6		
Muito bom	3	3	13	13	1	1			4	4
Bom	10	10	23	23	4	4	8	8	5	5
Regular	8	8			1	1	1	1	1	1
Ruim	1	1							1	1
Precisa melhorar	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL	100					100%				
CEMAR										
Excelente	2	2			1	1	2	2		
Muito bom	3	3	1	1	1	1	1	1	2	2
Bom	9	9	7	7	4	4	6	6	7	7
Regular	13	13	1	1	1	1	8	8	3	3
Ruim	1	1	1	1						
Precisa melhorar	8	8	3	3	1	1	13	13	1	1
TOTAL	100					100%				

Cruzamos estas variáveis para comparar os programas de satisfação dos clientes estabelecidos em nossa empresa e saber da sua importância para o crescimento da mesma e assim relacionar o atendimento da nossa organização com outros do mesmo porte e chegamos a um entendimento que para conseguirmos mais clientes é necessário que façamos algo para melhorar todo o nosso atendimento de modo geral, e procurar estabelecer padrões de avaliação no sentido de elevar todos os processos produtivos e assim alcançar o nosso

objetivo que é satisfazer todos os nossos clientes.

Com base nisso, fizemos um comparativo entre as duas empresas e percebemos que elas se assemelham perante o relacionamento delas com outras empresas, onde esse atendimento é bom para ambas, com 50% para CAEMA e 33% para CEMAR e diante também do fato de se conseguir clientes pedindo sugestões para eles mesmos, com um percentual de 26% para a primeira empresa e 36% para a outra. Isso nos mostra que as empresas mantêm-se preocupada com um bom número de clientes para si e que os funcionários são capacitados quanto ao atendimento.

“Kaizen significa melhoramento. Mais: significa melhoramento na vida pessoal, na vida doméstica, na vida social e na vida de trabalho. Quando aplicada para o local de trabalho. Kaizen significa melhoramentos contínuos envolvendo todo mundo – administradores e trabalhadores igualmente.” (SLACK, Nigel. 1999, pág. 460)

Entretanto, perguntando aos funcionários entrevistados o que eles acham na sua opinião, o que sua empresa poderia fazer, mas para atrair a clientela, onde o F(1) da empresa CAEMA diz que:

“[...] tem que antes de tudo, melhorar a qualidade dos serviços prestados, nunca se acomodar, pois o cliente quer sempre algo melhor e com isso possa ter suas expectativas atendidas da melhor forma possível [...]”

Já o F(2) da mesma empresa diz que:

[...] descontos para os clientes em dias e maior prazo de pagamento [...]

Discordando dos funcionários anteriores, o F(3) da empresa CEMAR diz que:

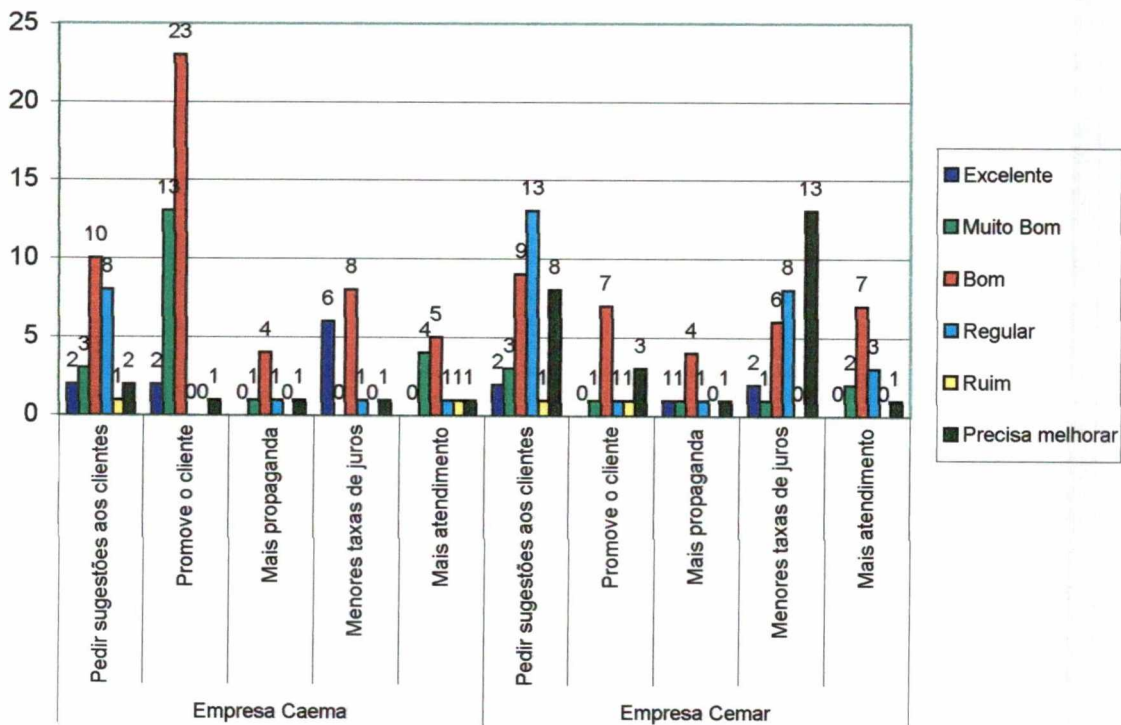
“[...] proporcionar aos consumidores pacotes de promoções que incentivem os clientes a pagar suas contas em dias, criando no mesmo instante uma relação de amizade entre consumidor e empresa [...]”

Concluimos que nas empresas pesquisadas, os funcionários afirmam que é necessário promover seus clientes, no intuito de que os mesmos criem um vínculo de amizade com a organização, melhorando assim seus serviços e buscando criar recursos que levam aos consumidores sentirem-se ainda mais atraídos pelas vantagens que a empresa lhe proporciona.

Com a realidade pesquisada concluimos que para a empresa manter-se no mercado

de hoje que se encontra altamente competitiva, uma das formas encontradas pelas empresas pesquisadas é procurar manter um bom ou de preferência um excelente atendimento, com relação às demais empresas conceituadas no mercado, para tanto, devemos aperfeiçoar nossos funcionários para que possam disponibilizar um atendimento qualificado e com isso fazer com que os clientes sintam-se mais satisfeitos e conseqüentemente atrair mais consumidores, mantendo as empresas mais fortes do mercado e seus clientes satisfeitos e sem dúvida fiéis com relação aos produtos e serviços disponibilizados nas duas organizações estudadas.

Gráfico 4.4.3.: Ilustrativo da conquista de clientes em função da relação do atendimento da empresa com outra



Comparando o grau de satisfação do cliente com relação ao atendimento das empresas e os benefícios que a mesma trás para eles, na empresa **CAEMA**, para um ótimo grau de satisfação, 2% (n= 2) afirmaram que a empresa lhe trás benefício e comodidade, 6% (n= 6) disseram que trás satisfação. Para uma boa satisfação no atendimento, 21% (n= 21)

disseram que a organização trás confiabilidade e 28% (n= 28) satisfação. Para uma regular satisfação dos consumidores 6% (n= 6) asseguraram que tem comodidade e 4% (n= 4) satisfação. Perante um ruim atendimento apenas 1% (n= 1) com relação ao fato de haver comodidade na empresa.

Na empresa **CEMAR**, seguindo a mesma seqüência, o grau de satisfação foi ótimo no atendimento, para 2% (n= 2) relatando confiabilidade trazida pela empresa e 4% (n= 4) priorizando a opção: satisfação, assim sendo uma realidade da empresa com respeito o bem estar ao consumidor. 17% (n= 17) defenderam uma satisfação boa, para uma capacidade de atender bem com a organização propondo comodidade e 21% (n= 21) propondo satisfação. Com relação a um regular atendimento, não muito promissor a satisfação, deteve 10% (n= 10), valor esse estimado tanto para comodidade que a empresa trás como para satisfação. Ressaltando uma ruim satisfação referente ao atendimento, obteve 2% (n= 2) para obviamente relatar que a organização não trás nenhum benefício.

Tabela 4.4.4.: O grau de satisfação com relação ao atendimento e benefício oferecidos

Qual o seu grau de satisfação com relação ao nosso atendimento?	Quais benefícios esta empresa lhe trás?							
	Comodidade		Confiabilidade		Satisfação		Nenhum	
	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%
CAEMA								
Ótimo	2	2	1	1	6	6	2	2
Bom	14	14	21	21	28	28	4	4
Regular	6	6	1	1	4	4	10	10
Ruim	1	1						
TOTAL	100				100%			
CEMAR								
Ótimo			2	2	4	4	1	1
Bom	17	17	14	14	21	21	4	4
Regular	10	10	5	5	10	10	9	9
Ruim	1	1					2	2
TOTAL	100				100%			

Verificaremos neste cruzamento como podem ser feitas as devidas comparações dos programas de satisfação dos clientes e sua importância para o crescimento da empresa estudada, e ao analisar o canal de satisfação em relação aos nossos atendimentos, notaremos a necessidade de utilizar recursos para atingir de forma satisfatória os nossos clientes, a partir daí levar os mesmos benefícios que os façam cada vez mais satisfeitos e com certeza, tanto eles quanto nossas empresas, garantirão conforto e mais segurança.

Baseando-se no que foi relatado, observamos que nas empresas pesquisadas o grau de satisfação em relação ao nosso atendimento é considerado bom, onde na empresa **CAEMA** o percentual é de 67% e para empresa **CEMAR** o percentual é de 56%. Com isso, estamos certos de que os consumidores estão satisfeitos com o atendimento das duas empresas em pesquisa. No entanto, notamos que há também semelhanças em ambas as empresas aos benefícios que ela lhe trás, benefícios estes que são considerados pelos clientes como satisfação, onde que para a empresa **CAEMA** o percentual é de 38% e por sua vez na empresa **CEMAR** o percentual é de 35%. Assim vimos que, os benefícios propostos pelas empresas em estudo, estão trazendo satisfação aos seus consumidores.

“Deve-se ressaltar que as pesquisas são necessárias, pois muitas vezes, o que o fornecedor acredita ser o atributo mais importante para o seu cliente, é na realidade, pouco relevante, ou considerado menos valioso do que os outros aspectos do serviço. [...]” (FERNANDO, Paulo Fleury. 2000, pág. 60)

Fazendo as seguintes perguntas para os entrevistados o que eles acham como foi constatado que a empresa consegue a satisfação do consumidor, qual o seu envolvimento individual neste feito, o F(1) da empresa **CAEMA** diz:

“[...] acho que ainda não atingimos este patamar, e estou envolvido procurando fazer a minha parte para que a empresa que trabalho possa atender da melhor forma possível todas as expectativas dos clientes [...]”

Já o F(2) da respectiva empresa diz que:

“[...] são realizados reuniões mensais as quais engloba todas as unidades de negócio, nessas reuniões faz-se uma avaliação que inclui, também a satisfação do cliente, quanto os serviços prestados [...]”

Discordando totalmente dos funcionários anteriores, o F(3) da empresa **CAEMA**

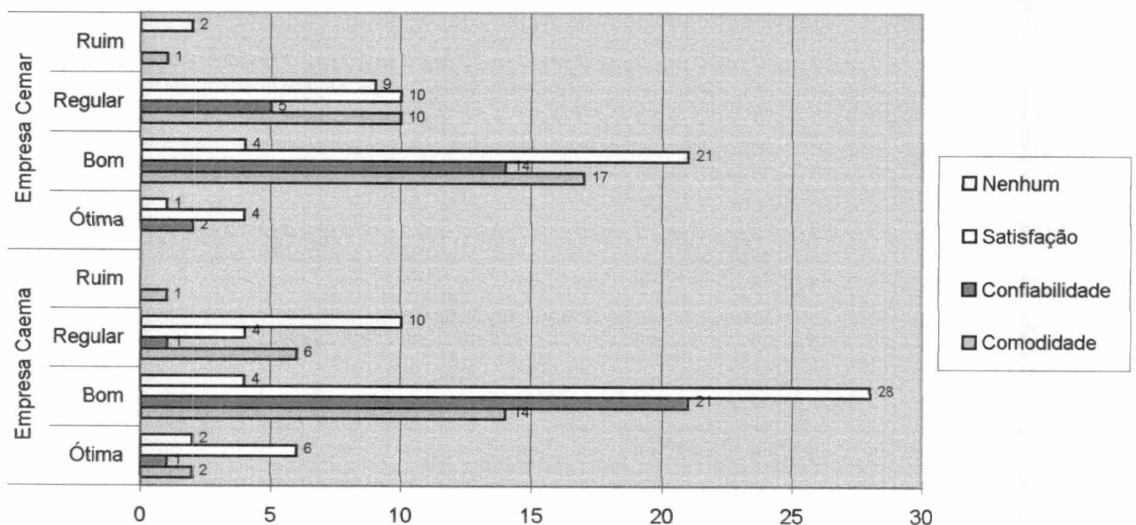
responde:

“[...] quando o consumidor parabeniza sua empresa é porque seus serviços estão atingindo seus objetivos, e eu estou inteiramente interligado porque sou eu que faço este progresso acontecer. [...]”

Com base no exposto, concluímos que as empresas pesquisadas têm consciência de que nem sempre se consegue total satisfação dos consumidores, no entanto, em ambas as empresas existem clientes satisfeitos e a partir disso os funcionários tem que estarem sempre interligados com os interesses da clientela, no intuito de ampliar o seu envolvimento dentro das organizações para que juntos possam garantir a satisfação dos consumidores.

Referindo-se ao que foi exposto, chegamos a uma conclusão que o atendimento das empresas estudadas foi de uma forma surpreendente e aceito pelos consumidores da empresa em questão, ou seja, os consumidores das organizações estudadas superou todas as expectativas dos clientes que exige um atendimento qualificado, no entanto, notamos também que as organizações vem disponibilizando dos melhores mecanismos para propor a sua clientela extremamente satisfatórios que resultam no avanço das mesmas, com relação a satisfação de toda sua clientela.

Gráfico 4.4.4.: Demonstrativo da satisfação dos clientes com os benefícios e atendimentos oferecidos



De um modo geral podemos analisar qual é a realidade da **CAEMA** com a prestação de serviços aos seus consumidores, a mesma precisa ter uma interação com sua clientela para ter uma noção do que é realmente a realidade deste mercado, e saber como anda o atendimento da companhia aos seus clientes observamos 10% (n=10) diz ser ótimo o atendimento, e com relação ao superior interagir com seus consumidores dar mais confiabilidade, e com certeza garantirá a satisfação de todos, verificou-se também 17% (n=17) responderam que é boa, a impressão com relação ao atendimento da empresa e disseram que é super importante o superior conhecer quais são as opiniões do seu publico alvo, para que venha dar mais segurança aos mesmos, com isso não só a prestadora sairá ganhando como também a clientela, terá um atendimento bem melhor e mais seguro notamos, em outro dado 29% (n=29) opinaram que é boa a sua impressão com relação ao atendimento empresarial e também dará uma confiabilidade bem melhor para todos. na análise feita 11% (n=11) disseram é regular o atendimento da companhia, mas porem é importante o superior conhecer quais são as opiniões do seu publico para poder dar uma confiabilidade maior a todos.

Também fizemos um estudo sobre como anda o atendimento na **CEMAR** e como os seus superiores se relacionam com as pessoas, daí podem tira uma conclusão 22% (n=22) disseram é boa a interação da firma, e com certeza proporcionará um atendimento muito mais prazeroso e responderam que o superior tem uma interação com seus consumidores que com certeza dará mais segurança a todos, proporcionando não só uma segurança eficiente como também mais atenciosa.

Relatamos também 24% (n=24) opinaram que é regular o atendimento da organização com seus clientes que é importante o superior ter uma interação com a clientela da **CEMAR**, por que com isso proporcionará mais segurança ao seu publico alvo, já em outro dado verificamos 11% (n=11) deram sua opinião que é boa a impressão com relação ao atendimento da companhia, e também é super importante que o superior importante conheça

os obstáculos que os clientes estão encontrando na prestação dos serviços com isso dará aos consumidores uma confiabilidade bem mais avassaladora, verificou-se com a análise que 9% (n=9) falaram é regular o atendimento, porem responderam é conveniente o superior ter uma interação com as pessoas que fazem a organização para poder detectar os possíveis problemas que venha acontecer na empresa.

Tabela 4.4.5.: Importância da integração do superior com os clientes para uma boa impressão dos mesmos

É importante o superior conhecer e interagir com os clientes?	Qual a sua impressão sobre os atendes das empresas?							
	Ótimo		Boa		Regular		Ruim	
	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%
CAEMA								
Dá mais segurança	8	8	17	17	8	8	1	1
Dá mais confiabilidade	10	10	29	29	11	11		
Dá mais credibilidade	2	2	4	4	4	4	1	1
É conveniente					4	4	1	1
Outro								
TOTAL	100				100%			
CEMAR								
Dá mais segurança	5	5	22	22	24	24	1	1
Dá mais confiabilidade	4	4	11	11	5	5		
Dá mais credibilidade			6	6	3	3		
É conveniente	1	1	8	8	9	9	1	1
Outro								
TOTAL	100				100%			

Cruzamos estas variáveis para que comparemos os programas de satisfação dos clientes e sua importância para o crescimento da empresa. Notamos que é de suma importância o superior se fazer conhecer e sempre está interagindo com os seus clientes, pois com isso venha proporcionar mais segurança, conforto e acima de tudo credibilidade aos consumidores, além de tudo isso, ela deve buscar recursos para aprimorar seus funcionários

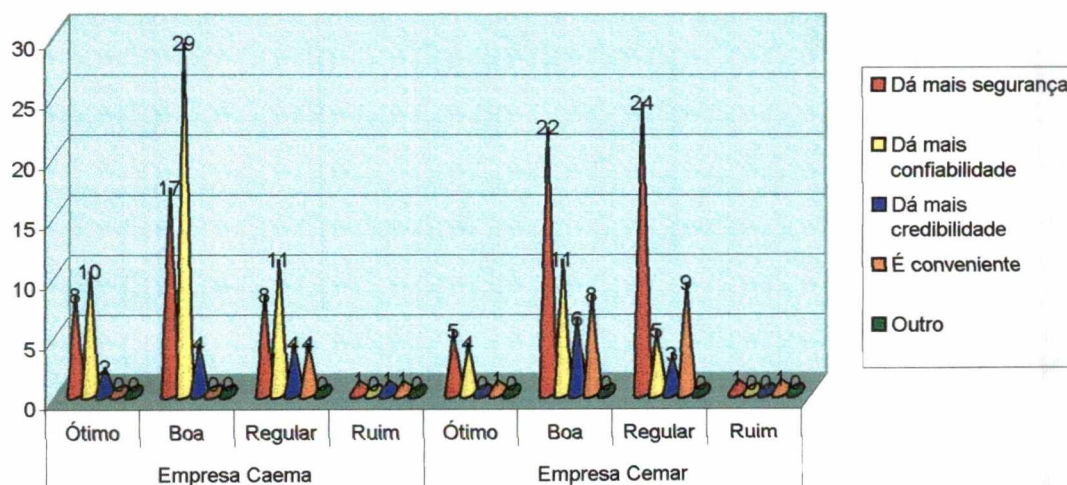
para que os mesmos possam proporcionar aos clientes, a melhor impressão possível sobre o atendimento da empresa pesquisada. Depois de muito estudo chegamos a comparar os dados da **CAEMA** e da **CEMAR**. Na **CAEMA** observamos que os seus clientes disseram que era boa a impressão dos atendentes da empresa, sendo 50% e notamos também que dos 51% dos clientes, afirmaram que é super importante o superior interagir com os consumidores, porque assim dará uma confiabilidade bem maior propositando ao mesmo tempo a satisfação.

Com isso verificamos também na **CEMAR** que 47% (n= 47) afirmaram que é boa a impressão com relação aos atendentes da empresa e o restante dos clientes que é 52% (n= 52) disse e confirmou que o superior interage com os clientes, dando assim a eles mais segurança na hora de solicitar os serviços da empresa. Observamos que também as duas empresas tem semelhanças com respeito à impressão dos atendentes das empresas e diferenças como, por exemplo: a **CAEMA** diz que quando o superior interage com os clientes dá mais confiabilidade e já na **CEMAR** os clientes falaram que é super importante o superior interagir com os consumidores, porque com certeza dará mais segurança.

“[...] precisa comunicar-se com seus consumidores, se deseja receber pedidos. Esse contato será feito por telefone ou pelo Correio. Na parte do processo que envolve o consumidor conversando por telefone com o funcionário de atendimento, todas as características da loja se aplicarão. Os consumidores não desejarão ficar esperando pelo atendimento do telefone, suas percepções podem ser diferentes mesmo se o serviço for o mesmo, será necessário habilidade de contato e a variedade recebida será alta.” (SLACK, Nigel, 1999. Pág. 47)

Depois de serem feitas várias pesquisas, notamos que as duas empresas em estudo estão sempre buscando fazer com que os superiores se interajam com seus consumidores e vice-versa, pois proporciona tantos aos empresários quanto para os clientes uma melhoria nas soluções dos problemas que porventura venham ocorrer, e dá também a ambas as partes melhor qualidade de vida, e assim será mais fácil alcançar todos os objetivos desejados, tanto pelos seus superiores quanto para toda a clientela das empresas em estudo, fazendo com que os mesmos sintam-se mais a vontade no momento de fazer as suas solicitações a respeito dos produtos e serviços existentes nas organizações.

Gráfico 4.4.5.: Ilustrativo da integração consumidor / cliente e a impressão dos clientes sobre os atendentes



Na pesquisa feita constatamos alguns pontos fracos e pontos forte dos serviços prestados pela prestadora **CAEMA** e ao fazer a reclamação qual será a atitude da companhia analisada, verificou-se que 26% (n=26) disseram ao fazer a reclamação a atitude da empresa é atenciosa, porem um ponto fraco é a taxa de juros muito alta, esta taxa de juros elevada proporciona a organização uma redução do seu quadro de cliente, e para isso não acorrer é necessário sempre fazer um estudo sobre como está sendo aceito a taxa de juros pelos seus consumidores, observamos que 23% (n=23) responderam que ao fazer a reclamação a atitude da prestadora é atenciosa e um ponto fraco é a falta de opção de pagamento em relação a sua concorrência a **CEMAR** verificamos também 12% (n=12) deram sua opinião quando fazem a reclamação a firma trata logo de solucionar problema, para que seus usuários fiquem mais satisfeitos, e apontaram um ponto fraco que é a demora na satisfação de serviços, isto proporciona a empresa perda de mercado, já 14% (n=14) na empresa **CEMAR** responderam que ao fazer a reivindicação a atitude da concessionária é resolver o problema imediatamente para que sua clientela possa sentir-se segura dos produtos e serviços que estão sendo utilizado, porem 18% (n=18) falaram que a posição da empresa é, só registra o fato, e não resolve o problema, aí sim os clientes ficaram insatisfeitos com os serviços prestado pela empresa.

No estudo feito sobre a **CAEMA** observamos que 12% (n=12) responderam que a concessionária quando é solicitada ela dá toda a devida atenção para resolver o problema, e seus usuários disseram que a organização tem altas taxas de juros. Na **CEMAR** observa-se que 27% (n= 27) que ao fazer a reclamação só registra o fato e não resolve o problema com isso perderá consumidores e ficará fora do mercado e responderam que demora muito na solicitação dos serviços , investigamos através de um estudo muito profundo que 12% (n= 12) disseram que a prestadora do serviço só registra o fato e deixa o beneficiado sem resolver o problema , isto causa para a empresa um prejuízo muito grande e quem sai perdendo com isso são os usuários dos serviços.

Notamos que as empresas são concessionárias totalmente responsáveis que tem como meta principal à satisfação dos seus clientes.

Tabela 4.4.6.: Importância das reclamações dos clientes na identificação dos pontos fracos e fortes sobre produtos e serviços

Análise os pontos fracos dos produtos e serviços desta empresa	Ao fazer reclamação qual a atitude das empresas?											
	Atenciosa		Imparcial		Soluciona problema		Registra o fato		Não resolve		Investiga a situação	
	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%	C	100%
CAEMA												
Juros elevados	26	26	1	1	12	12	2	2	1	1	2	2
Falta de opção de pagamento	23	23			5	5	5	5	1	1		
Demora na solicitação de serviços	21	21			14	14	18	18	6	6	1	1
Falta de opção de prazo	23	23	2	2	8	8	5	5				
Tecnologia ultrapassada	10	10	1	1			2	2				
Atendimento	10	10	2	2	5	5	5	5	2	2		
Outros												
Total	100						100%					
CEMAR												
Juros elevados	3	3			3	3	11	11	4	4	1	1
Falta de opção de pagamento	1	1	1	1	4	4	9	9	2	2	2	2
Demora na solicitação de serviços	12	12			4	4	27	27	6	6	3	3
Falta de opção de prazo	3	3	1	1	3	3	4	4	3	3		
Tecnologia ultrapassada					2	2	2	2	1	1	1	1
Atendimento	2	2	1	1	6	6	12	12	3	3	1	1
Outros	1	1			1	1					1	1
Total	100						100%					

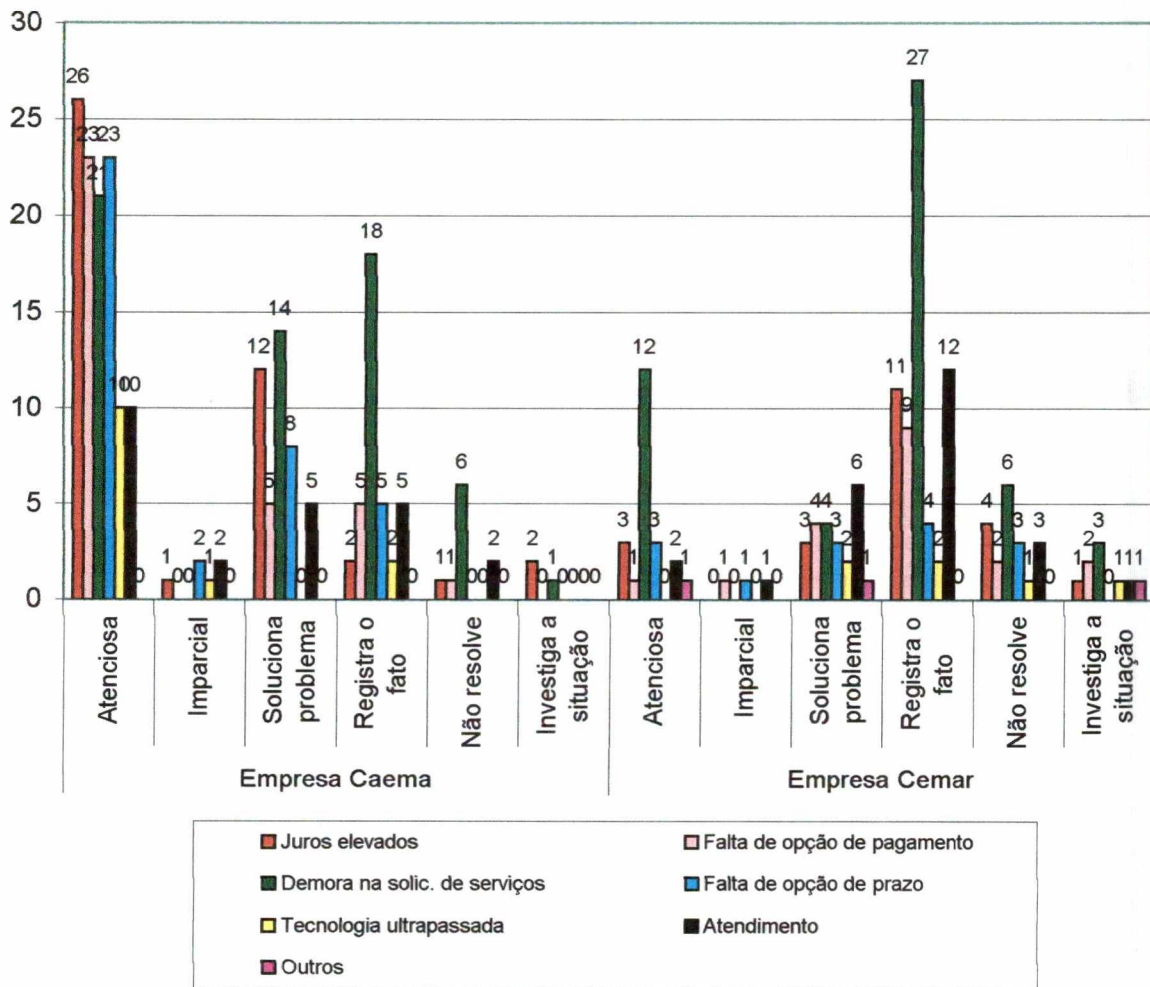
Este cruzamento foi elaborado para que possamos constatar o nível de satisfação dos clientes e saber deles quais são os pontos fracos dos nossos produtos e serviços, e assim procurar melhorar os pontos negativos, para que não haja nenhuma reclamação por parte dos consumidores, e procurar levar aos mesmos melhorar os produtos e serviços para que possa suprir todas as suas necessidades e com isso os clientes ficaram mais satisfeitos com a prestação dos serviços oferecidos a eles, por que quando a empresa oferece uma boa prestação dos seus serviços é quase certo que garantirá seu espaço no mercado.

Observamos na **CAEMA** que (n=113) dos clientes equivalentes a 113% responderam que ao fazer a reclamação junto à empresa a atenção dela para com os funcionários é atenciosa e da mesma forma assinalaram que (n=60) dos clientes iguais a um percentual de 60% disseram que os pontos mais fracos são os juros elevados, e também verificamos na **CEMAR** que (n=65) equivalente a 65% opinaram que a atitude da prestadora do serviço, registra o fato e trata logo de resolve o problema, notamos com isso que (n=52) de clientes igual a um percentual de 52% falaram que o ponto mais fraco da **CEMAR** é na hora de solicitar os serviços, com toda esta pesquisa observamos que existe muitas diferença entre as empresas, a prestadora **CAEMA** disse que quando o cliente solicita o serviço a sua atitude é atenciosa, e já na **CEMAR** responderam que registram o fato e trata logo de resolver o problema imediatamente, tendo como meta a satisfação dos seus clientes.

“Quando os clientes fazem uma compra, não estão simplesmente comprando um produto ou serviço. Estão comprando um conjunto de benefícios esperados para atender as suas necessidades e expectativas. Isto é conhecido como conceito do produto ou serviço. Por exemplo, quando os clientes compram um produto, estão esperando dele uma série de benefícios. [...]” (SLACK, Nigel. 1999, pág. 116)

Depois desta pesquisa notamos que tanto a **CAEMA** como **CEMAR** são empresas que gostam sempre de satisfazer seus consumidores gerando assim um atrito muito grande entre a empresa e clientela, depois desta pesquisa queremos que as duas companhias sempre tratem ter o cliente como seu passaporte para o sucesso e com isso consiga atender as expectativas dos consumidores, que com certeza serão mais fiéis às mesmas.

Gráfico 4.4.6.: Amostragem dos pontos fortes e fracos, em virtude das reclamações dos clientes no ato da solicitação



4.5. Influência que o desenvolvimento das empresas em estudo tem sobre a satisfação dos consumidores

Estimando que dos 95,4% de recursos humanos da **CAEMA** e 100% da **CEMAR** cujo afirmara que nas suas empresas é feito um controle de desenvolvimento empresarial, verificamos nas empresas estudadas, com as opiniões dos funcionários, que tanto a **CAEMA** como a **CEMAR** são empresas que possuem um controle de desenvolvimento bem aceito pelos seus funcionários e com isso fica fácil de identificar quais foram os setores que se desenvolveram melhor, observamos na empresa **CAEMA** que 50,0% (n=11) responderam

que o setor administrativo foi o que mais se destacou e o controle é feito em um mês, e com isso fica lógico que a **CAEMA** é uma empresa que valoriza muito seus administradores, também 4,5% (n=1) escolheram que o administrativo é setor que mais se desenvolve só que a periodicidade do controle administrativo se dá em 2 meses, investigamos também que a **CAEMA** sempre valorizou seus funcionários e esta valorização foi um motivo para que seus funcionários trabalhassem melhor e com mais qualidade, já em outro estudo feito na **CAEMA** analisamos que 27,2% (n=6) opinaram que a empresa teve um desenvolvimento muito grande e isto se dá por que o setor administrativo é o setor que mais se destacou-se responderam também que o controle é feito em 3 meses, e apenas 4,5% (n=1) falaram que o setor gerencial teve um pequeno desenvolvimento e ele é feito em apenas em 2 meses ,com estas respostas analisamos que a **CAEMA** é uma empresa que também desenvolve-se sua equipe gerencial, e com isso é que 9,0% (n=2) opinaram no financeiro e o nível de periodicidade do controle administrativo é feito em 3 meses, a empresa **CAEMA** especifica que este desenvolvimento só ocorrerá se todos os seus funcionários participarem com muita força de vontade e uma perseverança muito grande, notamos que 4,5% (n=1) deram sua opinião que a **CAEMA** é uma empresa que valoriza muito o seu setor administrativo e a periodicidade do controle se dá em mais de 4 meses.

Já na empresa **CEMAR**, estudamos que é uma empresa que gosta de se desenvolver por isso é que 31,5% (n=6) opinaram no setor administrativo e a periodicidade desse controle se dá 1 mês, tendo em vista que nesta empresa o seu sucesso se dá em alguns aspectos que proporcionar a seus funcionários um bem está melhor e mais confiança, é 36,8% (n=7) opinaram que o setor tecnológico foi o setor que mais se destacou-se e a periodicidade é feita em 1 mês, na **CEMAR** vimos que seus funcionários tem um espaço onde seus direitos são reivindicados e nestas reivindicações foram solicitados o desenvolvimento de alguns setores tendo em vista que 10,5% (n=2) acharam que o setor tecnológico se desenvolveu, e a periodicidade deste desenvolvimento se dá em 2 meses, com isso observamos também que

10,5% (n=2) escolheram o financeiro e a duração deste controle é feita em 1 mês, se o desenvolvimento for bem aceito pelas empresas é certo que logo conseguirá o seu objetivo e ao mesmo tempo se fixará no mercado, más dois dados nos mostra que 5,3% (n=1) escolheram o gerencial como o setor que mais se destacou-se na empresa.

Analisando a tabelar observamos que os funcionários da **CAEMA** não deram sua opinião com relação aos setores que se desenvolveram no caso o tecnológico, e na **CEMAR** não responderam em relação à duração do controle de 3 e mais de 4 meses.

Tabela 4.5.1.: O controle sobre o desenvolvimento empresarial e setores que mais se desenvolveram

Periodicidade do controle sobre o desenvolvimento empresarial	Setores que se desenvolveram melhor							
	Administrativo		Tecnologia		Financeiro		Gerencial	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA								
Um mês	11	50,0						
Dois meses	1	4,5					1	4,5
Três meses	6	27,2			2	9,0		
Mais de quatro meses	1	4,5						
TOTAL	22				100%			
CEMAR								
Um mês	6	31,5	7	36,8	2	10,5	1	5,3
Dois meses			2	10,5			1	5,3
Três meses								
Mais de quatro meses								
TOTAL	19				100%			

Cruzamos estas duas variáveis por que as empresas precisam desenvolver melhores os seus setores, com isso seus funcionários ficaram satisfeitos e passaram a desenvolver-se melhor nos seus respectivos postos de trabalho, e isto só ocorrerá se as

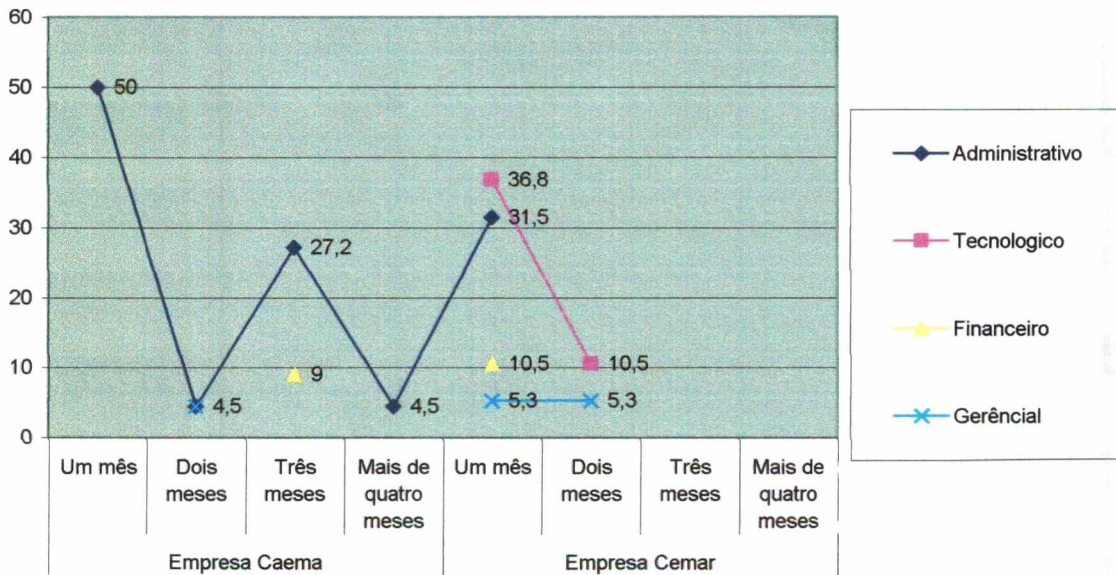
empresas se disporem de verdade ai sim estas mudanças serão executadas. Também o controle deve ser avaliado para que possam traçar soluções que equilibre a periodicidade ao controle de qualidade e com isso os funcionários das empresas passaram a entender melhor os seus clientes.

E com certeza ficaram mais satisfeitos. A empresa que tiver um controle bem feito é lógico que esta empresa é uma companhia de sucesso e com este sucesso fica lógico que suas metas e seus objetivos estão sendo alcançado, e com relação a **CAEMA** contatamos que dos dezenove funcionários equivalente a 86,2% disseram que o melhor setor a desenvolver foi o administrativo. Com isso analisamos também dos 11 funcionários igual a 50,0% responderam que sua empresa faz a periodicidade do controle em 1 mês. Com isso verificamos na **CEMAR** dos 9 funcionários equivalente a 47,3% disseram o setor que mais se desenvolveu foi o tecnológico e notamos em outro lado que 16 dos funcionários equivalentes a 84,1% é feito em 1 mês o tempo da periodicidade do controle.

“Para uma organização ser verdadeiramente eficaz, cada parte dela, cada departamento, atividade, pessoa e nível devem trabalhar apropriadamente em conjunto, porque todas as pessoas e atividades afetam-se e são afetadas entre si.”
(SLACK, Nigel. 1999, pág. 509)

Em algumas empresas existe uma compatibilidade no aspecto do tempo de duração da periodicidade do controle, mas também existem diferenças como no caso dos setores, a empresa **CAEMA** disse que o setor que mais se desenvolveu foi o administrativo já na **CEMAR** o mais desenvolvido foi o tecnológico, com isso notamos que a compatibilidade das empresas é maior do que diferença. Depois dessas comparações constatamos que elas precisam melhorar mais os outros setores em busca de uma qualidade total, e principalmente sua maneira seus serviços aos consumidores, ai sim serão empresas habilitadas a prestar serviços de qualidade e confiança aos seus clientes. Tivemos uma noção como as respectivas empresas atuam no mercado. E agora sabemos como faremos para solicita os serviços das duas empresas para nossa melhor segurança.

Gráfico 4.5.1.: Demonstrativo dos setores mais desenvolvidos, em relação a periodicidade do controle do desenvolvimento



Analisando as informações dadas pelos funcionários das empresas sobre as causas do pouco desenvolvimento, e o que se deve fazer para melhorar, aqueles que sinalizam que a boa vontade dos empresários é uma provável solução 4,5% (n=18) acreditam que o pouco desenvolvimento aumenta a perda dos clientes, 9,0% (n=2) sinalizam que o prejuízo com grande perda nas vendas para 4,5% (n=1) que asseguram que o que mais afetam é o espaço do mercado com isso observamos que 18,1% (n=4) procuram está inovando suas metas provavelmente para não perder novos clientes, também verificou-se que 3,6% (n=3) responderam se não inovar sempre suas metas perderá grande parte de suas vendas e isto levará a empresa a um processo de decadência profissional, e para isto não acontecer é que 9,0% (n=2) estão atentos as mudanças e asseguram que a causa toda esta decadência profissional é a taxa de juros muito elevada.

Já na empresa **CEMAR** observamos pelos dados oferecidos pelos funcionários da empresa que 57,9% (n=11) opinaram que procuram inovar suas metas para que não venha a perder mais clientes, verificamos também que 5,3% (n=1) falaram que a sua empresa está

sempre inovando para que não venha a perder grande parte de suas vendas, mas 10,5% (n=2) opinaram em inovar as metas para que não perca espaço no mercado e com isso consiga se fixar neste mercado tão competitivo, oferecendo aos seus clientes produtos e serviços de qualidade observa também nos dados concedidos pelos funcionários que 15,8% (n=3) responderam que inovam para que consiga uma visão bem maior com relação ao mercado, e com certeza estará atenta a taxa de juros muito alta, percebemos também que os funcionários da **CEMAR** responderam que 5,3% (n=1) estão atentos as mudanças de mercado para não perder mais clientes e com isso consiga mais sucesso e uma rentabilidade maior.

Em ambas as empresas notam que com relação à variação cambial nenhum dos funcionários responderam esta pergunta.

Tabela 4.5.2.: Medidas a tomar em função do não desenvolvimento empresarial

A Empresa não consegue alcançar o desenvolvimento empresarial mediante quais situações?	O que deve ser feito para que isso não venha acontecer?					
	Força de vontade dos empresários		Procurar estar sempre inovando		Atento às mudanças de mercado	
	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA						
Perda de clientes	10	45,5	4	18,1		
Perda de grande parte das vendas	2	9,0	3	13,6		
Perda do espaço de mercado	1	4,5				
Taxa de juros muito elevadas					2	9,0
Variação cambial alta						
Outras						
TOTAL	22			100%		
CEMAR						
Perda de clientes			11	57,9	1	5,3
Perda de grande parte das vendas			1	5,3		
Perda do espaço de mercado			2	10,5		
Taxa de juros muito elevadas			3	15,8	1	5,3
Variação cambial alta						
Outras						
TOTAL	19			100%		

Analisando as empresas constatamos que é muito importante o desenvolvimento empresarial para que as mesmas consigam se manter no mercado, e com isso atingir a satisfação dos clientes. Quando uma empresa consegue atingir um bom nível de satisfação é lógico que todo o seu processo de desenvolvimento está favorável.

Tendo em vista a possibilidade das empresas não conseguirem seu desenvolvimento empresarial, é de suma importância, que procurem melhorar as metas para que possam reverter este quadro tão preocupante, verificando todo esse processo, é necessário implantar inovações, como controle de vendas e principalmente capacitar todos os funcionários. As empresas estudadas encontram-se em um processo de desenvolvimento, e este só pode dar certo se atender as expectativas dos consumidores, com isso o desenvolvimento será bem mais fácil de se conquistar e a fidelização dos consumidores será o grande sucesso nas empresas.

Observando os dados da CAEMA, nota-se que dos 13 funcionários igual a 59%, disseram que a força dos empresários é um papel fundamental para o sucesso da empresa e 14 funcionários equivalentes a 63,6% responderam que a empresa não consegue alcançar o desenvolvimento empresarial, devido a perda de clientes. Já na CEMAR, verificou-se que dos 17 funcionários equivalente a 89,5% falaram ter preocupação em estar sempre inovando seus conceitos, para conseguir o desenvolvimento e 63,2% disseram que o que leva a empresa a não se desenvolver empresarialmente é a perda dos clientes. As duas empresas coincidem no aspecto: a perda de clientes, como sendo um malefício para não conseguir o seu desenvolvimento empresarial.

“[...] algumas vezes, uma etapa é concluída antes que a próxima comece. Esta abordagem passo a passo, ou seqüencial, era a forma tradicional de produtos/serviços. Tem algumas vantagens. É fácil gerenciar e controlar os projetos organizados desta forma, desde que cada etapa seja claramente definida. [...]” (SLACK, Nigel. 1999, pág. 136)

Ao perguntamos aos funcionários entrevistados, o que significa para você o crescimento empresarial, o F(2) da empresa CAEMA diz que:

“[...] acho que trata-se de uma empresa com novos horizontes, enfim, com novas alternativas. é uma empresa que procura sempre inovar suas metas para poder traçar novos objetivos [...]”

Já o F(2) da mesma organização diz que:

“[...] talvez esteja voltado a uma equipe de profissionais preparados em qualidade aos serviços em que a empresa é especializada, essa equipe verifica como o ambiente social e físico, estão relacionados com o seu crescimento [...]”

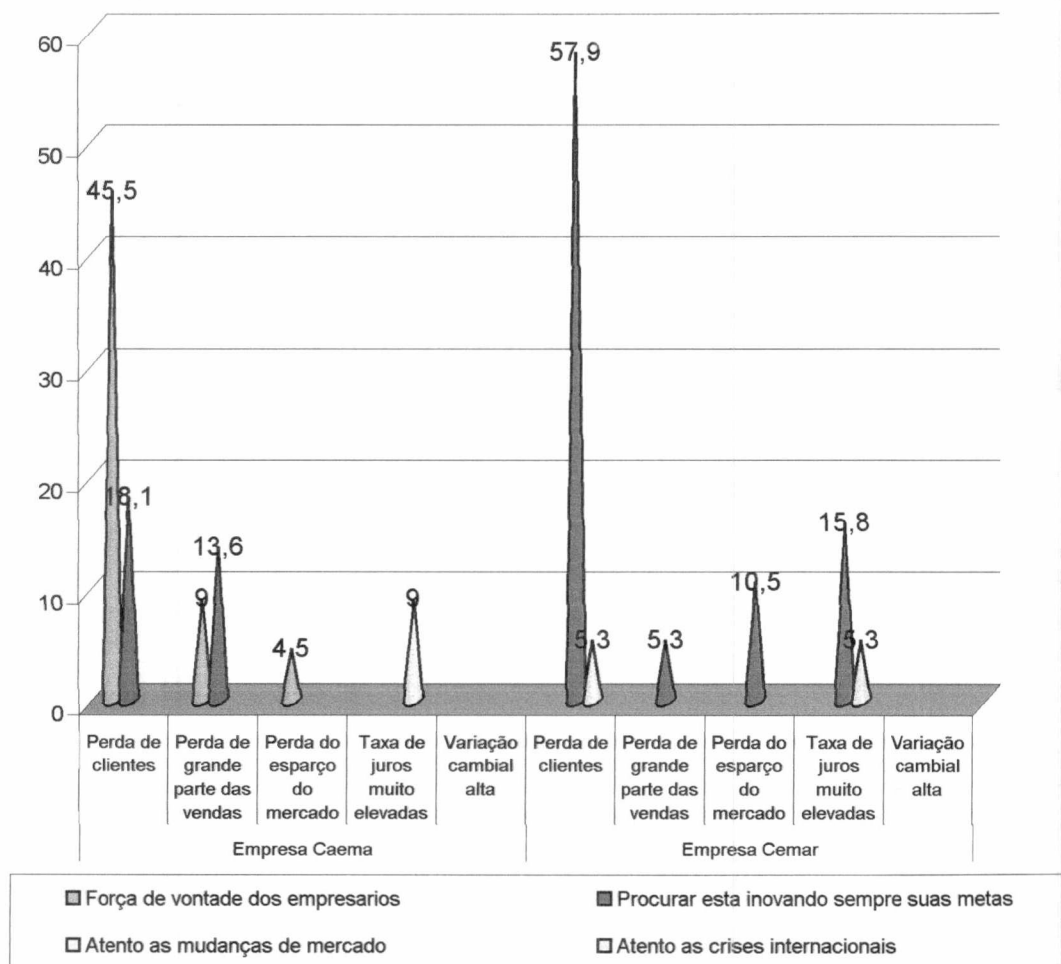
Entretanto, concordarão o F(1) da CAEMA com o F(3) da empresa CEMAR que responde:

“[...] Na minha opinião, crescimento empresarial, é uma empresa que está sempre inovando suas atividades com relação aos serviços prestados aos consumidores [...]”

Contudo, concluímos que os funcionários das empresas em estudo responderam que crescimento empresarial é de suma importância para o avanço da mesma no mercado, com isso os funcionários tem convicção que o crescimento empresarial é visto por nós, como, inovações novas metas, e que as empresas sempre buscam traçar novos objetivos para obter sucesso. Trata-se de estar sempre ligado às mudanças e transformações sofridas pelo mercado, acompanhandoas para levar a empresa a um estágio de desenvolvimento pleno e estável, tendo em conta a importância que tais transformações disponibilizam a empresa, como por exemplo a rapidez e praticidade nos processos gerenciais e produtivos que trazem um aumento na rotatividade e melhores informações sobre a qualidade de produtos e serviços preferidos pelos clientes

Antes de fazer o cruzamento destas duas empresas, esperávamos ter um desenvolvimento melhor para ambas, mas não foi isso bem o que aconteceu; pois depois que cruzamos as variáveis, notamos que, elas precisam de melhorias que garantem o seu desenvolvimento. As duas têm alguns aspectos incomuns que é a fidelização dos clientes. A empresa que não tiver essa preocupação é uma empresa que conseqüentemente não terá desenvolvimento e com isso notamos que para tê-lo é necessário estarmos hábitos as mudanças do mercado para que se consiga atingir as metas e os objetivos.

Gráfico 4.5.2.: Ilustragem sobre o que deve-se fazer para evitar situações que comprometam o desenvolvimento empresarial



O estudo feito sobre a **CAEMA** observa o questionário de organização tem uma preocupação de fidelização de sua clientela, e com isso notamos que em primeiro lugar vem o seu consumidor, são eles que mantêm a empresa nesse mercado tão competitivo, também podemos observar que 54,5% (n= 12) deram nota 10 e com a fidelização disseram sim, a prestadora tem essa preocupação porque se não tivesse não conseguiria ter o sucesso que garanta sua permanência no mercado. A concessionária procura desenvolver alguns programas que pedem a colaboração com respeito aos serviços prestados com seus colaboradores, analisamos também que 18,8% (n= 4) disseram que deu nota 10 e afirmaram

também que só às vezes procuram melhorar esse aspecto quando a fidelização não é alcançada, porque a empresa tem um desenvolvimento empresarial muito aceito pelos seus funcionários, essa nota 10 mostra que os funcionários estão satisfeitos com os seus serviços, checamos através de uma análise minuciosa que 13,6% (n= 3) responderam que deram nota 8 ao desenvolvimento da sua companhia, e também disseram sim, ao fato da **CAEMA** se preocupar com a fidelização, com isso observamos que algum desses funcionários ainda não está totalmente satisfeito com o desenvolvimento, mesmo ela tendo essa preocupação com a fidelização dos clientes, fica a desejar com relação a seus funcionários, porque assim quando eles se sentirem totalmente satisfeitos darão o melhor de si e o desenvolvimento da organização será bem maior.

Já na **CEMAR** fizemos a pesquisa através do questionário onde os funcionários deram sua opinião, onde a empresa precisa melhorar e quais são os seus pontos fortes e seus pontos fracos. Verificou-se que 47,3% (n= 9) deram nota 10 ao desenvolvimento empresarial e também falaram sim, a concessionária procura melhorar os aspectos quando a fidelização não é alcançada. Isto nos mostra que a prestadora vê o futuro como o caminho para o sucesso, por outro lado nos mostra também que 21% (n= 4) disseram que 9 é uma boa nota com relação ao desenvolvimento empresarial e responderam sim ao fato da empresa manter uma preocupação quando o nível de fidelização não é alcançado. Hoje a companhia que não tiver implantado planos que solucione possíveis problemas, ela está seriamente ameaçada a não se fixar no mercado. Observamos que 15,8% (n= 3) deram também 9 ao desenvolvimento da empresa e também responderam sim, elas têm essa preocupação quando a fidelização não é alcançada.

No estudo feito tivemos uma visão bem ampla sobre o que se passa nas duas empresas e quais foram os aspectos que se desenvolveram melhor e os que não se desenvolveram, verificamos nas duas organizações que os seus funcionários não deram a sua opinião com relação às notas 5 e 7, referente ao desenvolvimento empresarial.

Tabela 4.5.3.: A importância do desenvolvimento empresarial para o aperfeiçoamento de aspectos responsáveis pela fidelização

A empresa procura melhorar estes aspectos quando a fidelização não é alcançada?	Que nota você dá ao desenvolvimento empresarial de sua empresa?							
	Nota 10		Nota 8		Nota 9		Nota 6	
	F	100%	F	100%	F	100%	F	100%
CAEMA								
Sim	12	54,5	3	13,6	1	4,5	1	4,5
Não								
Às vezes	4	18,2			1	4,5		
TOTAL	22				100%			
CEMAR								
Sim	9	47,3	1	5,3	4	21		
Não								
Às vezes	1	5,3	1	5,3	3	15,8		
TOTAL	19				100%			

Com este cruzamento detectamos que é de suma importância o desenvolvimento empresarial, por que se ocorrer nas empresas o desenvolvimento fica lógico que os seus funcionários ficaram mais satisfeitos, e com certeza darão uma melhor nota ao desenvolvimento empresarial de suas empresas possivelmente 10, e com isso não só os empresários como também os clientes ficaram mais satisfeitos e com certeza serão mais fies para com as empresas.

Ai sim o desenvolvimento empresarial será um sucesso, com isso as companhias conseguiram se manterem neste mercado tão competitivo com mais qualidade e com uma maior confiabilidade na prestação dos seus produtos e serviços oferecidos aos seus clientes, o consumidor é a mola mestra de qualquer empresa se ele não se sentir totalmente satisfeito deixará a empresa e conseqüentemente se firmará na concorrente.

Depois de muito estudo feito sobre a CAEMA observamos que (n=16) dos seus funcionários equivalentes a um percentual de 72,7% responderam que dão nota 10 ao desenvolvimento de sua empresa e que (n=17) igual a um percentual de 72,6% disseram que sim a empresa procurar melhorar os aspectos quando a fidelização não é alcançada, fizemos uma pesquisa e chegamos a constatar que (n=10) com um percentual de 52,6% disseram também que dão nota 10 ao desenvolvimento empresarial de sua companhia e que também (n=14) dos funcionários igual a um percentual de 73,6% disseram que sim a empresa procura melhorar os aspectos quando a fidelização não é alcançada, depois destes estudo notamos que as duas empresa tem uma semelhança entre a pergunta que nota você da ao desenvolvimento empresarial de sua companhia, e também se assemelham no quesito que fala sobre a empresa procurar melhorar os aspectos quando a fidelização não é alcançada.

“Os clientes tem claramente uma influência importante na prioridade dos objetivos de desempenho de uma operação produtiva, mas não são os únicos. Em alguns momentos, a produção é influenciada pelas atividades dos concorrentes. [...]” (SLACK, Nigel, 1999. Pág. 79)

Contudo, perguntando aos funcionários entrevistados quais as principais dificuldades que a empresa enfrenta para manter seus clientes fiéis, onde o F(1) da empresa CAEMA diz:

“[...] a concorrência, sem dúvida, é o grande problema seguido da desorganização de um modo geral, pois se a empresa não teve políticas que incentivem seus funcionários a trabalharem melhor, jamais conseguirá manter seus clientes [...]”

Já o F(2) da empresa em questão diz que:

“[...] oferecendo algumas vantagens aos usuários inadimplentes, dessa forma ela faz com que, aquele consumidor que paga sua conta de água “certinho”, venha a se tornar, também, um usuário inadimplente [...]”

No entanto, a resposta do F(2) da empresa CAEMA se assemelha com o F(1) da empresa CEMAR que diz:

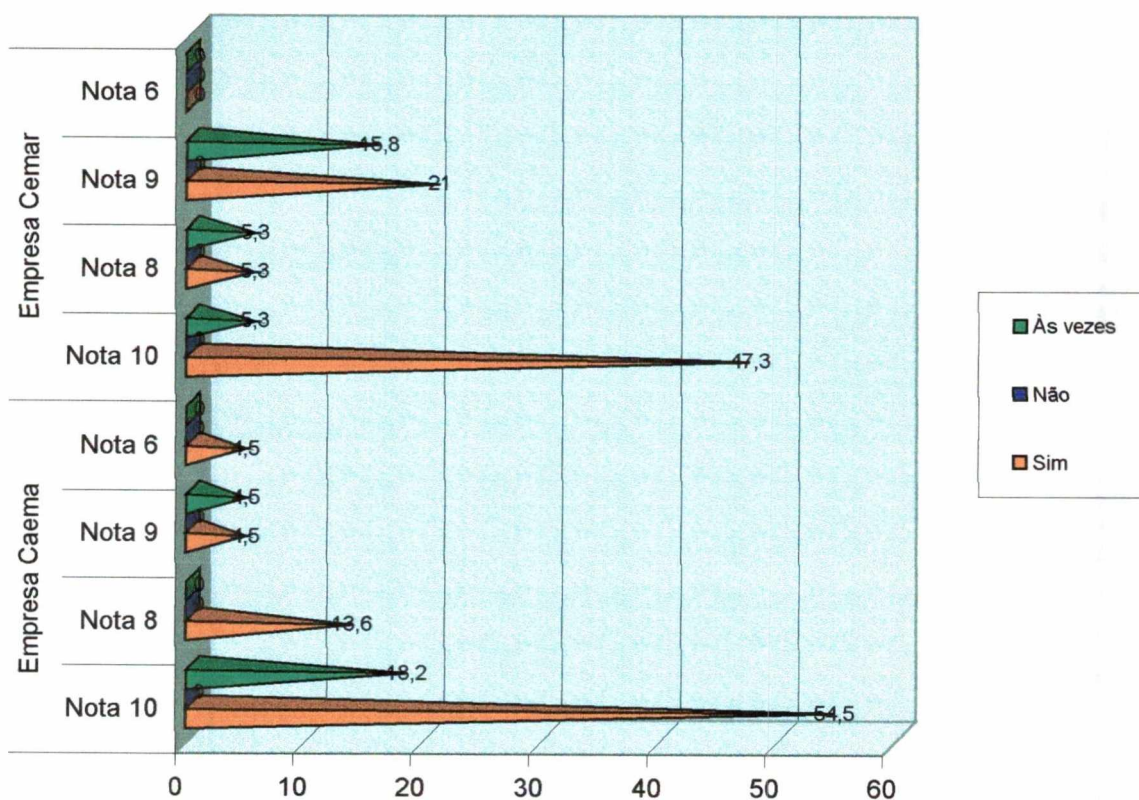
“[...] na nossa empresa um fator, muito importante é a questão da inadimplência, que é muito grande [...]”

Concluimos então que os funcionários entrevistados tem total consciência de que

o fator inadimplência está sendo primordial para impedir as empresas de ter total satisfação dos consumidores e de manter os mesmos cada vez mais fiéis.

Depois de muita pesquisa notamos que as duas empresa receberam nota 10 com relação ao desenvolvimento isto nos mostra que tanto a **CAEMA** como **CEMAR** são companhias que se preocupam com os consumidores, com isso esperamos que as duas empresas continuem sempre assim que com certeza seu futuro estará garantido, com este estudo chegamos a uma conclusão que a empresa para se permanecer no mercado precisa está sempre proporcionando aos seus funcionários melhores condições de trabalho que com certeza quem sai ganhando será o cliente.

Gráfico 4.5.3.: Amostragem dos aspectos que fidelizam na empresa, em condições plenas de desenvolvimento empresarial



Estudando as informações concedidas pelos funcionários das empresas estudadas, checamos como as empresas valorizam seus funcionários e qual foi o nível de duração desse controle de desenvolvimento. Diante dessas informações observamos que 81,8% (n= 18) acharam bom o nível de duração do controle enquanto ao aspecto observado o escolhido foi o participativo, com isso percebemos que os funcionários das empresas pesquisadas, no caso **CAEMA**, os seus funcionários estão satisfeitos, e 4,5% (n= 1) responderam que o nível de duração do controle foi ótimo, e com relação ao aspecto que o funcionário é valorizado foi o quantitativo, já 13,6% (n= 3) opinaram que o nível do controle é bom e disseram que são valorizados pelo aspecto participativo.

Na empresa **CEMAR** analisamos as informações e chegamos a uma conclusão que 10,5% (n= 2), acham ótimo o nível de duração do controle, enquanto que são valorizados pelo aspecto participativo, e isto nos concede uma análise que a **CAEMA** e a **CEMAR** são empresas que valorizam seus funcionários em vários aspectos e por enquanto quem está ganhando é os funcionários, também analisamos que 5,3% (n=1) disseram que são valorizados no aspecto comunicativo e a duração do controle foi ótima, podemos também verificar que 42,1% (n=8) disseram que a empresa tem um ótimo nível de duração do controle, enquanto que o aspecto que eles são valorizados, disseram que foi o qualitativo. A **CEMAR** é uma empresa que aposta muito nos seus funcionários, porque são os seus funcionários que garantirão a sua permanência no mercado, verifica-se que 5,3% (n=1) acham bom o nível de duração do controle e são analisados no aspecto participativo, enquanto que 21% (n= 4) responderam que seu nível de relação à duração do controle é bom, e a empresa valoriza mais o seu funcionário no aspecto comunicativo, com isso tanto a **CAEMA** como a **CEMAR** são empresas que dão valor a seus clientes. Constatamos também que 15,8% (n= 3) opinaram que seus níveis em relação à duração do controle foi bom e tendo em vista que seus funcionários se sentiram mais satisfeitos, para produzirem com mais qualidade.

Em ambas as empresas os funcionários não responderam as perguntas em relação

ao nível de duração do controle, com respeito às respostas ruim e péssimo.

Tabela 4.5.4.: A avaliação do nível do funcionário no controle de desenvolvimento e qual o aspecto que mais o valorizou

A Empresa passou a valorizar mais os funcionários em qual aspecto?	Qual foi o seu nível durante o controle de desenvolvimento?			
	Ótimo		Bom	
	F	100%	F	100%
CAEMA				
Participativo	18	81,8	3	3,6
Qualitativo	1	4,5		
Comunicativo				
Quantitativo				
Outros				
TOTAL	22		100%	
CEMAR				
Participativo	2	10,5	1	5,3
Qualitativo				
Comunicativo	1	5,3	4	21
Quantitativo	8	42,1	3	15,8
Outros				
TOTAL	19		100%	

Fizemos este cruzamento para detectar quais são os aspectos que as empresas avaliam os seus funcionários, como também para saber qual foi o nível de duração do controle do desenvolvimento. Com isso a análise feita nos mostrará o desenvolvimento dos funcionários ao se fazer o controle do desenvolvimento das empresas, caracterizando os aspectos dos funcionários das companhias para checar se há necessidade de capacitar mais para o melhor desempenho que satisfaçam as empresas estabelecidas como prioridade a satisfação dos clientes. Com isso as duas empresas terão um desenvolvimento melhor e mais satisfatório, tanto para ela como também para os consumidores.

A empresa quando valoriza seu funcionário é lógico que ela terá um retorno porque garantirá a satisfação e conseqüentemente os funcionários darão o melhor de si nos seus postos de trabalho, proporcionando uma rentabilidade maior.

Verificamos na **CAEMA** que dos 19 funcionários equivalentes a 86,3%, disseram que seu nível com relação ao controle foi ótimo, e que 21 funcionários igual a 95,4%, falaram que a empresa passou a valorizar mais no aspecto participativo. Na **CEMAR** observamos que 11 dos funcionários com o percentual de 57,9% disseram que o nível durante o controle foi ótimo e também 11 dos seus funcionários responderam que são mais valorizados no aspecto quantitativo. Com isso percebemos que as duas empresas se igualam no que diz respeito no seu nível de duração perante o controle, e que existe também diferenças quando falam do aspecto que são mais valorizadas, a **CAEMA** afirmou que valoriza mais os seus funcionários no aspecto participativo, já a **CEMAR** confirmou que valoriza mais os seus funcionários no aspecto quantitativo.

“Treinar todo o pessoal em habilidades de manutenção relevantes. As responsabilidades exigem que tanto o pessoal de manutenção, como o de operação, tenham todas as habilidades para desempenhar seus papéis. A manutenção produtiva total, coloca uma forte ênfase no treinamento adequado e contínuo.”
(SLACK, Nigel. 1999, pág. 497)

No entanto, perguntamos aos funcionários entrevistados o que pode acontecer a uma empresa que não valoriza seus funcionários, onde o F(1) da empresa CAEMA diz que:

“[...] ela simplesmente será rapidamente superada pela concorrência, pois seus empregados com estes tratamentos serão pessoas desmotivadas e não desenvolverão suas funções com qualidade e perfeição [...]”

Então, o F(2) diz que:

“[...] acredito que a empresa venha a fechar as portas, pois os braços e as pernas de uma empresa são seus funcionários. Então, se os dirigentes da empresa não valorizar os seus funcionários, essa empresa jamais progredirá, tanto quanto como se ocorresse o inverso. [...]”

Concordando com os funcionários da empresa CAEMA, o F(3) da empresa CEMAR diz que:

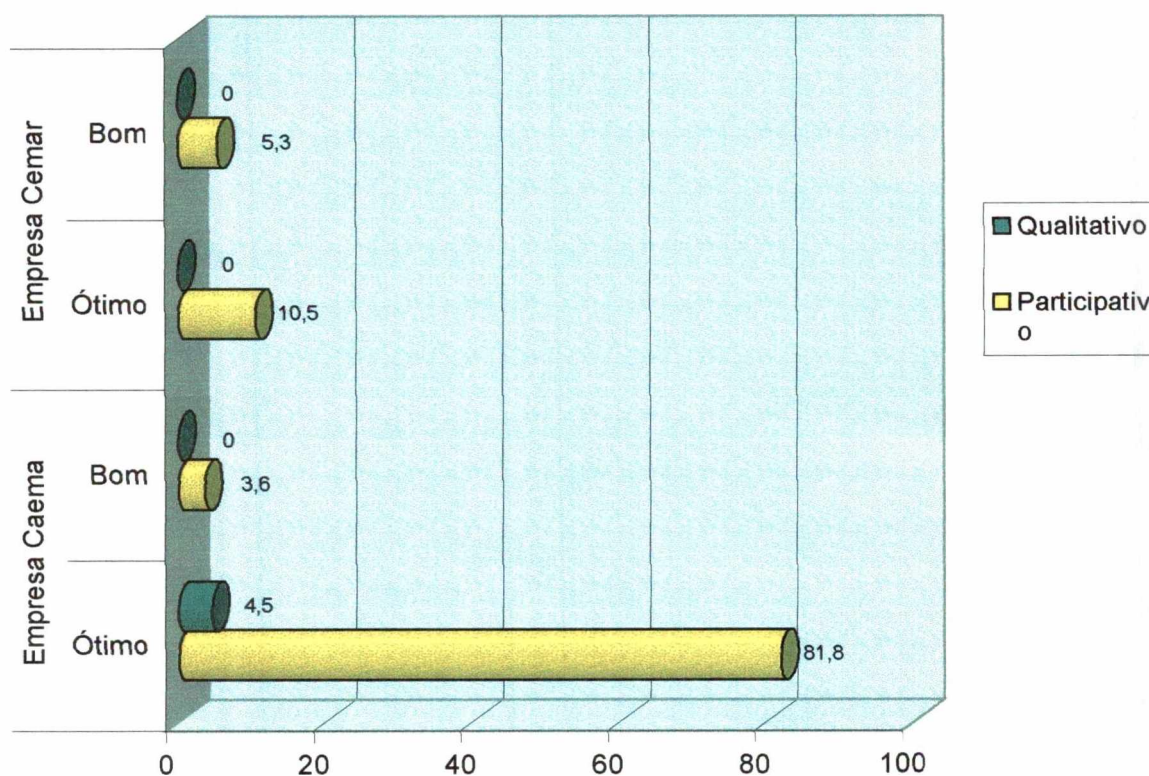
“[...] Eu acho que quando a empresa não valoriza seus funcionários, é uma empresa que está bem perto do fracasso, mas na nossa empresa é feito uma valorização de

mês em mês, para poder medir o nosso nível [...]"

Concluimos então, que os funcionários entrevistados de ambas empresas tem consciência que para a empresa obter sucesso no mercado não é necessário que disponha apenas de produtos e serviços de qualidade, mas sim, tem que tratar seus funcionários da melhor forma possível, motivando-os, incentivando cada um para que eles possam se sentirem reconhecidos. E com isso, os tornam mais capazes para executar suas funções.

Concluimos que como estudo, que as empresas passaram a dar mais gratificação a seus funcionários e com certeza a empresa sairá ganhando, com relação a seus concorrentes, porque seus produtos e serviços serão de uma melhor qualidade.

Gráfico 4.5.4.: Amostragem dos aspectos em que a empresa valorizou o funcionário ligado ao seu nível de desenvolvimento



CAPÍTULO V

5. Conclusão

Analisado as respectivas empresas, verificamos que as mesmas tendem um auto-poder de fidelização, por ser organizações que tem como foco principal a satisfação da clientela. Depois discutido, constatamos que a comunicação é fator primordial para atender as expectativas do consumidor, informando-lhes sobre os benefícios e as vantagens, no momento da aquisição do produto ou serviço, onde isso nos mostrou que há uma motivação e interatividade dos recursos humanos, na prestação de serviço com eficiência e eficácia.

Após de pesquisado, notamos que as empresas identificam clientes rentáveis para o seu desenvolvimento e procuram mantê-los, proporcionando a eles muita atenção no atendimento personalizado para a obtenção de lucro que automaticamente dará mais desenvolvimento. No entanto, para que as empresas chegassem a todo esse patamar, foram feitos treinamentos que garantiram aos funcionários um alto nível de capacitação para o pleno desenvolvimento de suas funções no propósito de melhorar ainda mais seus resultados através da prestação de serviços favoráveis a organização.

Verificamos que as empresas também informam seus clientes sobre promoções, novos produtos, melhores serviços e etc., como forma de satisfazê-los ainda mais, nos mostrando que ambas as empresas estão preocupadas com a competitividade que se encontra atualmente acirrada, fazendo com que as empresas supram todas as necessidades dos seus consumidores e conseqüentemente garantam para si própria uma fatia considerada no mercado.

Analisando a qualidade dos produtos existentes nas pequenas e médias empresas, verificamos que as empresas em estudo demonstram grande interesse pela qualidade total,

uma virtude do bom atendimento rápido e prático, graças a tecnologia usada para a informação de forma precisa e exata, no intuito de tornar prático as funções cabíveis por parte do setor de atendimento. E nessa prestação de serviço as empresas sempre agregaram valor aos produtos e serviços oferecidos, como forma de torná-las mais conceituadas, diante da visão dos consumidores.

Tivemos a certeza, que também ambas as organizações tiveram acesso à técnica administrativa e empreendedorística fundamentada em inovações, através do acompanhamento das mudanças ocorridas ao longo do tempo, para não aderir seus produtos para o obsoleto e sim estabilizar a qualidade, que trará mais desenvolvimento. Para isso, levou-se em consideração a motivação dos funcionários, pois funcionário motivado é sinônimo de empenho, criatividade e interesse com a qualidade.”Como qualidade é tão importante para o desempenho de qualquer organização, uma tarefa chave da função de operações deve ser garantir que ela proporcione produtos e serviços de qualidades para os seus consumidores internos e externos.” (Nigel Slack, 1999. Pág. 24)

Constatando o nível de satisfação dos clientes, ficou claro que um dos principais aspectos de importância para o crescimento das organizações é realmente fazer com que seus consumidores sintam-se cada vez mais satisfeitos com seus produtos e serviços, contudo, as mesmas têm que oferecer aos seus clientes recursos para que eles tenham na organização conforto, atendimento com qualidade e, acima de tudo, segurança, pois assim faz com que as empresas em questão atribuam vantagens favoráveis à sua clientela, que conseqüentemente retribuirá, sendo-lhes gratos e sempre adquirindo seus produtos e serviços e tornando-o fiéis.

Com base no que vimos, para obter êxito e crescimento no mercado, devemos verificar onde as empresas podem melhorar e até que ponto elas possam propor soluções para que as mesmas, com isso, garantam a satisfação total da clientela, tendo em vista que é de fundamental importância implantar programas para constatar o nível de satisfação, pois assim conseguiremos um desenvolvimento maior dentro da organização e sem dúvida maiores

índices de satisfação por parte dos consumidores.

Checando o nível de capacitação dos funcionários e seus reflexos no atendimento, percebemos que houve um maior comprometimento por parte dos dirigentes das empresas com relação ao nível de capacitação dos seus funcionários, levando em consideração suas habilidades na área que atuavam e isto trouxe para ambas empresas um melhor atendimento, gerando para as mesmas melhores índices de credibilidade com relação à prestação de serviço aos seus consumidores. Também entendemos que para se ter um bom relacionamento com os recursos humanos é necessário que a organização aplique treinamentos a seus funcionários para que mais cedo ou mais tarde venha a ter o retorno de aplicação que foi feita em cima dos funcionários. Garantindo a seus serviços uma qualidade muito mais superior a seus concorrentes.

“As empresas têm um papel importante no despertar das pessoas para suas próprias potencialidades e possibilidades de seu uso. A empresa que usar bem esse seu poder, respeitando a individualidade das pessoas, pode obter vantagens num processo conjunto de crescimento e desenvolvimento.” (Prestes Motta, 1997, p. 169)

Notamos também que as duas companhias demonstram preocupação com relação a cursos profissionalizantes e esta preocupação é válida, porque se a empresa tem essa preocupação, certamente ela está pensando nos seus consumidores, porque o consumidor, principal motivo pelo qual as respectivas empresas ministram cursos profissionalizantes a seus funcionários, esperando com isso que possam a desenvolver melhor seus serviços e conseqüentemente possa melhorar ainda mais seu atendimento a seus consumidores.

Comparando os programas de satisfação dos clientes estabelecidos e sua importância para o crescimento da empresa, constatamos que nas mesmas em destaque foram feitas todas as essências, os programas de satisfação dos clientes foi de suma importância no que diz respeito ao desenvolvimento das organizações em questão, onde detectamos que para obtermos mercado é essencial que nós tivéssemos um maior envolvimento com os clientes, buscando sempre levar aos mesmos informações, serviços, etc., para que com isso as

empresas estudadas cresçam ainda mais no mercado.

[...] A decisão de aceitarem consumidores na operação ou de mantê-los afastados e fundamental e estar muito mais relacionado com a natureza do próprio produto ou serviço. Isso significa que não é comum encontrar alto contato e baixo contato na mesma categoria de operação. Todavia, dentro de limites, algumas organizações têm que escolher como desejam desenvolver suas operações. [...] (Nigel Slack, 1999, p. 47).

Entretanto, verificamos até que ponto a satisfação dos clientes influencia no crescimento das empresas pesquisadas, ficou claro que para uma organização se desenvolver, devemos urgentemente proporcionar aos consumidores melhores produtos e serviços, garantindo assim o potencial das empresas, tendo em vista, melhorar as condições de trabalho dos funcionários, levando assim conforto, segurança, tranquilidade e acima de tudo credibilidade dos consumidores, onde, além de crescer a satisfação dos clientes, crescerá ainda mais toda estruturada organizacional.

Verificando a importância do desenvolvimento empresarial na satisfação dos clientes, vimos que em todo e qualquer negócio é necessário estar sempre buscando soluções para se alcançar sucesso, no entanto, o desenvolvimento empresarial foi primordial para que as organizações em questão chegassem a satisfação dos clientes, ou seja, neste objetivo, ficou mais do que claro que foram cumpridas todas as exigências, no que diz respeito a satisfação e o desenvolvimento, portanto, foram feitos os respectivos ajustamentos através de produtos e serviços com qualidade, proporcionando aos seus consumidores mais conforto e segurança onde assim fica evidente o crescimento das organizações em estudo.

Observamos também que o desenvolvimento empresarial tem influenciado de forma satisfatória para que seja alcançado o nível de mercado por parte das organizações, onde as mesmas com isso tenham êxito nos negócios, garantindo lucros, maior espaço no mercado, e maior credibilidade perante sua clientela, até o ponto em que traga oportunidade, clareza, rapidez, segurança e, acima de tudo, credibilidade tanto para as organizações quanto aos funcionários e clientes.

Conseguimos demonstrar a importância do desenvolvimento empresarial e sua

referência na qualidade dos produtos através dos programas de capacitação profissional nas pequenas e médias empresas, tendo em conta o comprometimento em levar a qualidade de forma geral a todos os setores, sendo que para isso, existe todo um conjunto de idéias empreendedoras, capazes de trazer a satisfação de clientes internos e externos e ao mesmo tempo a qualidade desejada. Atualmente, como o mercado se encontra com clientes cada vez mais informados sobre a qualidade, cabe aos recursos humanos se tornarem capacitados e informados com relação às requisições do consumidor, garantindo assim um bom nível de satisfação.

Já que satisfação é um tópico bastante abordado, pelo nosso estudo, podemos afirmar que o mesmo é fator privilégio, graças ao bom atendimento, através da habilidade, dedicação e empenho. Virtudes essas conquistadas pela competência e consciência de se ministrar cursos profissionalizantes e treinamentos, capazes de trazer para o ambiente organizacional uma melhor prestação de serviço. Os programas de satisfação utilizados só vieram reforçar mais essa idéia de dar ao cliente as vantagens e benefícios, através de uma conformidade dos mesmos, a respeito dos produtos, serviços, condições de trabalho, conforto, segurança e etc., além de também tornar ativo o desenvolvimento. E nesse papel, o desenvolvimento da empresa é importante, se caso a mesma queira ter uma rentável lucratividade nos seus negócios e uma posição de destaque na concorrência.

Depois de muitos estudos ficou bem mais fácil constatar que a qualidade dos produtos exerce uma grande influência com respeito ao crescimento da satisfação dos clientes, de uma maneira bastante promissora, vimos que nos estabelecimentos tanto possíveis quanto privados é de fundamental importância ter como preferência à qualidade nos produtos, proporcionado assim melhorias em todos os setores para que os mesmos fiquem habilitados para executar todas as funções e sucessivamente ter resultados satisfatórios.

“Qualidade significa ‘fazer certo as coisas’, mas as coisas que a produção precisa fazer certo variarão de acordo com o tipo de operação. Por ex, no hospital, qualidade pode significar que os pacientes obtenham o tratamento mais apropriado,

sejam adequadamente medicados, bem informados sobre o que estar acontecendo e, também, que sejam consultados se houver formas alternativas de tratamento” [...] (SLACK, Nigel. 1999, p. 59)

Contudo, observamos neste problema para que na medida do possível procuramos propor aos clientes e funcionários uma melhor comodidade e acima de tudo uma interação entre ambos, no intuito de aprimorar seus conhecimentos sobre o funcionamento das organizações, tendo como aspectos favoráveis os seguintes: o maior comprometimento, comunicação clara e objetiva, segurança e agilidade nos atendimentos e tendo uma maior ênfase na qualidade dos produtos e serviços prestados.

Mediante o estudo que abordamos para poder criar todo o processo onde tenhamos maiores e melhores condições de trabalho, depende de vários fatores para conseguirmos êxito no que estamos abordando como dedicação: por parte dos funcionários, dos diretores, manter o nível de comunicação entre a empresa e o cliente, propor soluções e vantagens aos consumidores, com isso procurando manter os seus clientes fiéis e aumentar de forma precisa uma maior fatia de mercado.

Concluimos que é de suma importância o desenvolvimento empresarial, para se alcançar o espaço no mercado, e isto será possível se todos que fazem parte das respectivas empresas mostrarem o interesse em crescer junto com a organização. Tornando os seus produtos mais aceitáveis pelo consumidor e esta aceitação só será possível se as empresas disponibilizar a seus funcionários um melhor desenvolvimento voltado único e exclusivamente para: atendimento, qualidade dos produtos e serviços, como também para a satisfação dos clientes, e só assim esta empresa estará habilitada a atuar no mercado, proporcionando o maior bem-estar para os seus clientes.

“[...] a quase totalidade das empresas discrimina o acesso das pessoas a programas ou processos de reflexão sobre suas carreiras ou seu desenvolvimento profissional. as pessoas incluídas são consideradas estratégicas para o desenvolvimento da organização ou encaradas como de alto desenvolvimento, havendo, portanto, a exclusão da maior parte das pessoas.” (MOTTA, Prestes, 1997, p. 163).

Contudo, devemos demonstrar para os consumidores e, principalmente, aos funcionários que o desenvolvimento empresarial, além de tudo, tem influenciado na qualidade

dos produtos existentes nas organizações pesquisadas, e com uma grande parcela também por parte da capacitação dos profissionais, para que os mesmos cresçam os seus conhecimentos sobre tais atividades a favor da solução de toda e qualquer necessidade encontrada. No entanto, analisando a qualidade dos produtos, constatando o nível de satisfação dos consumidores com relação a estes produtos, checando o nível de capacitação dos funcionários e quais as suas contribuições para o melhoramento do atendimento e, acima de tudo, verificando a importância do desenvolvimento empresarial na satisfação dos clientes e com a interligação de todo este conteúdo, notamos que são de grande e fundamental importância para manter as empresas com boa aceitação no mercado.

Depois de vários meses de estudo, nós futuros administradores temos como dever solucionar eventuais problemas que possam acontecer com as micro e pequenas empresas e companhias de grandes porte, como as que estudamos neste projeto, e para que isso possa acontecer, é necessário algumas técnicas administrativas que incentivem as empresas a se destacarem no mercado com muito sucesso.

& Os empresários precisam ter uma visão bem ampliada do seu negócio para que possam tomar todas as decisões cabíveis em prol da fixação da sua empresa no mercado que se encontra concorrido;

& Tem que desenvolver melhor suas metas para poder alcançar todos o seus objetivos;

& Dá mais cursos profissionalizantes a seus recursos humanos na tentativa de atingir a qualidade total dos seus produtos e serviços e, conseqüentemente, alcançar a satisfação dos seus consumidores;

& As companhias devem dar mais ênfase nos seus planos estratégicos afim de conquistar mais espaço no mercado;

& Devem rever todas as expectativas dos seus clientes, porque assim ficará bem

melhor satisfazê-los;

& As empresas devem ter uma comunicação mais avançada do que a das suas concorrentes, porque assim conseguirão ter o sucesso que tanto esperam.

Depois de proposto e citados técnicas administrativas aos empresários e empresas, teremos plena convicção que as empresas para poderem crescer, é necessário conhecimento que busque alternativas que possam dar uma maior segurança e qualidade na prestação de serviços, como também na produção de produtos para que os empreendimentos da nossa cidade possa sempre atender as expectativas do consumidor.

BIBLIOGRAFIA

- CAREY, Jonh. **Os caminhos da qualidade**. São Paulo: Editora Makron Books, 1999. p. 203.
- MORRIS, Daniel. **Reengenharia reestruturando sua empresa**. São Paulo: Editora Mkrn, 2000. p. 313.
- McNEALY, Scott. **Por um mundo conectado**. Hsm management. São Paulo, n. 24, p. (14-18), Jnaiero-Fevereiro/2001.
- TICHY, Noel. **Crescimento com fins estratégicos**. Hsm management, São Paulo, n. 21, p. (142-146), Julho-Agosto/2000.
- SLACK, Nigel. **Administração da Produção**. Edição Compactada, Editora Atlas, São Paulo, Ed. 1, 6ª tiragem, 1999.
- MOTTA, Fernando C. Prestes. **Cultura organizacional e cultura brasileira**. Editora Atlas, São Paulo. Ed. 3ª tiragem, 1997.
- FLEURY, Paulo Fernando. **Logística empresarial**. Editora Atlas, São Paulo. 1ª Edição, 3ª tiragem, 2000.
- CAON, Mauro. **Planejamento, Programação e Controle da Produção**. Editora Atlas, São Paulo. 1997.
- SLACK, Nigel. **Administração da produção**. Editora Atlas, São Paulo. Edição Compacta. 1999.

APÊNDICE

Cálculo da Pesquisa de Campo

Total de Funcionários

$$76 \text{ ————— } 60\% = 46 \text{ pessoas}$$

Total de Clientes

$$\begin{array}{r} \text{CEMAR} \text{ ————— } 5.550 \\ \text{CAEMA} \text{ ————— } 4.700 \\ \hline 10.250 \end{array} \qquad 5\% \text{ ————— } \frac{513}{3} = 170 \text{ x Empresa}$$

CEMAR

$$\frac{5.550}{170} \text{ ————— } \frac{100}{X} = \frac{1.700}{5.550} = 3,06\%$$

CAEMA

$$\frac{4.700}{170} \text{ ————— } \frac{100}{X} = \frac{1.700}{47} = 3,6\%$$

Cálculos a pesquisa de Estudo de Caso

Total de Funcionários

$$15\% \text{ ————— } 10,5\% \text{ ————— } \frac{16}{2} = 8$$

CEMAR

Gerente ou Administrativo ————— 1

$$\frac{8}{1} \frac{100}{x} = \frac{100}{8} = 12,5\%$$

Fornecedores ————— 2

$$\frac{8}{2} \frac{100}{x} = \frac{200}{8} = 25\%$$

Funcionários ————— 5

$$\frac{8}{5} \frac{100}{x} = \frac{200}{8} = 62,5\%$$

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para funcionários).

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo até ____/____/____, lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo</p> <p>0101 <input type="checkbox"/> Masculino 0102 <input type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária</p> <p>0201 <input type="checkbox"/> De 28 a 30 anos 0204 <input type="checkbox"/> Mais de 30 anos</p> <p>03 - Estado civil</p> <p>0301 <input type="checkbox"/> Casado 0303 <input type="checkbox"/> Solteiro</p> <p>0302 <input type="checkbox"/> Divorciado 0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Possui filhos?</p> <p>3501 <input type="checkbox"/> Sim 3502 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>05 - Em caso afirmativo, quantos?</p> <p>0501 _____</p> <p>06 - Em que empresa trabalha?</p> <p>0601 <input type="checkbox"/> CAEMA 0602 <input type="checkbox"/> CEMAR</p> <p>07 - Ocupa algum cargo?</p> <p>0701 <input type="checkbox"/> Sim 0703 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>08 - Em caso afirmativo quantos?</p> <p>0801 _____</p> <p>09 - Qual é sua função?</p> <p>0901 _____</p> <p>10 - Seu conhecimento é suficiente para exercer sua função</p> <p>1001 <input type="checkbox"/> Sim 1002 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>11 - A empresa oferece cursos profissionalizantes?</p> <p>1101 <input type="checkbox"/> Sim 1102 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>12 - Você acha importante a capacitação profissional?</p> <p>1201 <input type="checkbox"/> Sim 1202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>13 - A empresa costuma fazer programa de capacitação?</p> <p>1301 <input type="checkbox"/> Sim 1302 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>14 - Em quanto tempo costuma fazer os programas?</p> <p>1401 <input type="checkbox"/> 6 meses 1403 <input type="checkbox"/> 2 anos</p> <p>1402 <input type="checkbox"/> 1 ano 1404 <input type="checkbox"/> Mais de 3 anos</p> <p>15 - Caso afirmativo quantas vezes?</p> <p>1501 <input type="checkbox"/> Uma vez 1503 <input type="checkbox"/> Três vezes</p> <p>1502 <input type="checkbox"/> Duas vezes 1504 <input type="checkbox"/> quatro vezes</p> <p>16 - Avalie o treinamento?</p> <p>1601 <input type="checkbox"/> Ótimo 1603 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>1602 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>17 - O treinamento foi importante?</p> <p>1701 <input type="checkbox"/> Sim 1702 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>18 - Caso afirmativo, enumere 03 alternativas de 1 a 3 conforme o grau de importância dos resultados de tal importância?</p> <p>1801 <input type="checkbox"/> Crescimento profissional 1805 <input type="checkbox"/> Crescimento pessoal</p> <p>1802 <input type="checkbox"/> Especialização de tarefa 1806 <input type="checkbox"/> Orientação profissional</p> <p>1803 <input type="checkbox"/> Auto realização 1807 <input type="checkbox"/> Habilidades</p> <p>1804 <input type="checkbox"/> Maior conhecimento 1808 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>19 - A empresa costuma ministrar cursos profissionalizantes</p> <p>1901 <input type="checkbox"/> Sim 1902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>20 - Quem ministrou estes cursos profissionalizantes?</p> <p>2001 <input type="checkbox"/> Empresa especializada 2004 <input type="checkbox"/> Superiores</p> <p>2002 <input type="checkbox"/> Técnicos formados 2005 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>2003 <input type="checkbox"/> Profissionais da área</p> <p>21 - Quanto tempo durou estes cursos?</p> <p>2101 <input type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2104 <input type="checkbox"/> 7 Meses</p> <p>2102 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses 2105 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>22 - Você gostou dos cursos?</p> <p>2201 <input type="checkbox"/> Sim 2202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>23 - Você gostaria que a empresa oferecesse mais cursos?</p> <p>2301 <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p> <p>24 - Qual tempo de duração desses cursos?</p> <p>2401 <input type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2403 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses</p> <p>2402 <input type="checkbox"/> de 4 a 5 meses 2404 <input type="checkbox"/> Mais de 6 meses</p>	<p>25 - Você progrediu dentro da empresa com estes cursos profissionalizantes ?</p> <p>2501 <input type="checkbox"/> sim 2502 <input type="checkbox"/> não</p> <p>26 - Qual foi seu nível de progressão dentro da empresa com a aplicação desses cursos profissionalizantes ?</p> <p>2601 <input type="checkbox"/> Ótimo 2602 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>2603 <input type="checkbox"/> Razoável 2604 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>2605 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>27 - A empresa passou a valorizar mais o funcionário em qual aspecto:</p> <p>2701 <input type="checkbox"/> Participativo 2702 <input type="checkbox"/> Comunicativo</p> <p>2703 <input type="checkbox"/> Qualitativo 2704 <input type="checkbox"/> Quantitativo</p> <p>2706 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>28 - A empresa tem interação com os funcionários ?</p> <p>2801 <input type="checkbox"/> Sim 2802 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>2803 <input type="checkbox"/> As vezes</p> <p>29 - Qual é o nível de interação da empresa com os funcionários?</p> <p>2901 <input type="checkbox"/> Ótimo 2902 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>2903 <input type="checkbox"/> Razoável 2904 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>30 - Você se comunica bem com a empresa que trabalha ?</p> <p>3001 <input type="checkbox"/> Sim 3002 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>3003 <input type="checkbox"/> As vezes</p> <p>31 - Como é esta comunicação ?</p> <p>3101 <input type="checkbox"/> Ótima 3102 <input type="checkbox"/> Excelente</p> <p>3103 <input type="checkbox"/> Ruim 3104 <input type="checkbox"/> Pessima</p> <p>3105 <input type="checkbox"/> Razoável 3106 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>32 - Você é sempre informado de mudanças que ocorre na empresa ?</p> <p>3201 <input type="checkbox"/> Sim 3202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>33 - Como são passadas estas informações ?</p> <p>3301 <input type="checkbox"/> Por reuniões 3302 <input type="checkbox"/> E-meil</p> <p>3303 <input type="checkbox"/> Por carta 3304 <input type="checkbox"/> Por telefone</p> <p>3305 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>34 - O programa de excelência costuma ser abordado na empresa que trabalha ?</p> <p>3401 <input type="checkbox"/> Sim 3402 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>35 - Quais são os resultados que o programa excelência trás a empresa ?</p> <p>3501 <input type="checkbox"/> Aumenta a satisfação do cliente</p> <p>3502 <input type="checkbox"/> Melhora os resultados da empresa</p> <p>3503 <input type="checkbox"/> Aumenta o crescimento da empresa</p> <p>3504 <input type="checkbox"/> Alcança as metas</p> <p>3505 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>36 - É viável implantar este programa na empresa ?</p> <p>3601 <input type="checkbox"/> Sim 3602 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>37 - Caso negativo o que você surge para a empresa ?</p> <p>3701 <input type="checkbox"/> Promover reuniões para obter resultados</p> <p>3702 <input type="checkbox"/> Implantar um treinamento na empresa</p> <p>3703 <input type="checkbox"/> Acolher melhor o cliente</p> <p>3704 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>38 - Há quanto tempo sua empresa atua no mercado ?</p> <p>3801 <input type="checkbox"/> 1 ano 3802 <input type="checkbox"/> 2 anos</p> <p>3803 <input type="checkbox"/> 3 anos 3804 <input type="checkbox"/> 04 anos</p> <p>3805 <input type="checkbox"/> 05 anos 3806 <input type="checkbox"/> Mais de 5 anos</p> <p>39 - Na empresa é feito um controle de qualidade ?</p> <p>3901 <input type="checkbox"/> Sim 3902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>40 - Em caso afirmativo, como é feito ?</p> <p>4001 <input type="checkbox"/> Por equipe 4002 <input type="checkbox"/> Por fiscais da empresa</p> <p>4003 <input type="checkbox"/> Por técnicos contratados pela empresa</p>
--	---

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para funcionários).

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo até / / , lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

01 - Sexo
 0101 Masculino 0102 Feminino

02 - Faixa etária
 0201 De 28 a 30 anos 0204 Mais de 30 anos

03 - Estado civil
 0301 Casado 0303 Solteiro
 0302 Divorciado 0304 Viúvo

04 - Possui filhos?
 3501 Sim 3502 Não

05 - Em caso afirmativo, quantos?
 0501 6

06 - Em que empresa trabalha?
 0601 CAEMA 0602 CEMAR

07 - Ocupa algum cargo?
 0701 Sim 0703 Não

08 - Em caso afirmativo quantos?
 0801 Secretaria

09 - Qual é sua função?
 0901 Secretaria

10 - Seu conhecimento é suficiente para exercer sua função
 1001 Sim 1002 Não

11 - A empresa oferece cursos profissionalizantes?
 1101 Sim 1102 Não

12 - Você acha importante a capacitação profissional?
 1201 Sim 1202 Não

13 - A empresa costuma fazer programa de capacitação?
 1301 Sim 1302 Não

14 - Em quanto tempo costuma fazer os programas?
 1401 6 meses 1403 2 anos
 1402 1 ano 1404 Mais de 3 anos

15 - Caso afirmativo quantas vezes?
 1501 Uma vez 1503 Três vezes
 1502 Duas vezes 1504 quatro vezes

16 - Avalie o treinamento?
 1601 Ótimo 1603 Regular
 1602 Bom

17 - O treinamento foi importante?
 1701 Sim 1702 Não

18 - Caso afirme, enumere 03 alternativas de 1 a 3 conforme o grau de importância dos resultados de tal importância?
 1801 Crescimento profissional 1805 Crescimento pessoal
 1802 Especialização de tarefa 1806 Orientação profissional
 1803 Auto realização 1807 Habilidades
 1804 Maior conhecimento 1808 Outros _____

19 - A empresa costuma ministrar cursos profissionalizantes
 1901 Sim 1902 Não

20 - Quem ministrou estes cursos profissionalizantes?
 2001 Empresa especializada 2004 Superiores
 2002 Técnicos formados 2005 Outros _____
 2003 Profissionais da área

21 - Quanto tempo durou estes cursos?
 2101 de 1 a 4 meses 2104 7 Meses
 2102 de 5 a 6 meses 2105 Outros _____

22 - Você gostou dos cursos?
 2201 Sim 2202 Não

23 - Você gostaria que a empresa oferecesse mais cursos?
 2301 Sim Não

24 - Qual tempo de duração desses cursos?
 2401 de 1 a 4 meses 2403 de 5 a 6 meses
 2402 de 4 a 5 meses 2404 Mais de 6 meses

25 - Você progrediu dentro da empresa com estes cursos profissionalizantes ?
 2501 sim 2502 não

26 - Qual foi seu nível de progressão dentro da empresa com a aplicação desses cursos profissionalizantes ?
 2601 Ótimo 2602 Bom
 2603 Razoável 2604 Ruim
 2605 Pessimo

27 - A empresa passou a valorizar mais o funcionário em qual aspecto:
 2701 Participativo 2702 Comunicativo
 2703 Qualitativo 2704 Quantitativo
 2706 outros _____

28 - A empresa tem interação com os funcionários ?
 2801 Sim 2802 Não
 2803 As vezes

29 - Qual é o nível de interação da empresa com os funcionários?
 2901 Ótimo 2902 Bom
 2903 Razoável 2904 Pessimo

30 - Você se comunica bem com a empresa que trabalha ?
 3001 Sim 3002 Não
 3003 As vezes

31 - Como é esta comunicação ?
 3101 Ótima 3102 Excelente
 3103 Ruim 3104 Pessima
 3105 Razoável 3106 Outro _____

32 - Você é sempre informado de mudanças que ocorre na empresa ?
 3201 Sim 3202 Não

33 - Como são passadas estas informações ?
 3301 Por reuniões 3302 E-meil
 3303 Por carta 3304 Por telefone
 3305 Outro funcionários

34 - O programa de excelência costuma ser abordado na empresa que trabalha ?
 3401 Sim 3402 Não

35 - Quais são os resultados que o programa excelência trás a empresa ?
 3501 Aumenta a satisfação do cliente
 3502 Melhora os resultados da empresa
 3503 Aumenta o crescimento da empresa
 3504 Alcança as metas
 3505 Outros _____

36 - É viável implantar este programa na empresa ?
 3601 Sim 3602 Não

37 - Caso negativo o que você surgere para a empresa ?
 3701 Promover reuniões para obter resultados
 3702 Implantar um treinamento na empresa
 3703 Acolher melhor o cliente
 3704 Outro _____

38 - Há quanto tempo sua empresa atua no mercado ?
 3801 1 ano 3802 2 anos
 3803 3 anos 3804 04 anos
 3805 05 anos 3806 Mais de 5 anos

39 - Na empresa é feito um controle de qualidade ?
 3901 Sim 3902 Não

40 - Em caso afirmativo , como é feito ?
 4001 Por equipe 4002 Por fiscais da empresa
 4003 Por técnicos contratados pela empresa

- 41 - Qual a periodicidade do controle?
- 4101 Anual 4104 Trimestral
 4102 Bimestral 4105 Semestral
 4103 Mensal
- 42 - Não é feito por que?
- 4201 Falta de Organização
 4202 Falta de controle interno
 4203 Falta de um controle administrativo
 4204 Falta de interesse dos empresários
- 43 - Proque fazer o controle de qualidade?
- 4301 Aumenta os lucros 4304 Avalia a mão-de-obra
 4302 Reduz o desperdício 4305 outros
 4303 Controla as despesas
- 44 - A qualidade influencia na satisfação dos clientes?
- 4401 Sim 4402 Não
- 45 - Na sua empresa é feito um controle de clientela ?
- 4501 Sim 4502 Não
 4503 As vezes
- 46 - Qual a periodicidade do controle ?
- 4601 Semanal 4602 Semestral
 4603 Bimestral 4604 Trimestral
 4605 Anual
- 47 - A empresa avalia os interesses dos clientes ?
- 4701 Sim 4702 Não
 4703 As vezes
- 48 - A empresa aceita sugestões dos clientes ?
- 4801 Sim 4802 Não
- 49 - Na sua empresa há clientes satisfeitos ?
- 4901 Sim 4902 Não
- 50 - Em caso afirmativo qual é o índice ?
- 5001 Muito bom 5002 Ótimo
 5003 Regular 5004 Ruim
 5005 Pessimo
- 51 - A empresa possui programa de satisfação dos clientes ?
- 5101 Sim 5102 Não
- 52 - Caso afirmativo, em que um programa contribuirá para a empresa?
- 5201 melhoria continua 5202 Identifica metas
 5203 Delegar tarefas 5204 Motivará as pessoas
- 53 - O que leva a empresa ser fiel com os clientes ?
- 5301 Bom atendimento 5302 Produtos de qualidade
 5303 Preços baixo 5304 Ambiente agradável
 5305 Outros _____
- 54 - A empresa costuma manter esses clientes fieis ?
- 5401 Sim 5402 Não
- 55 - Caso afirmativo como ?
- 5501 Oferecendo bonos 5502 Comodidade
 5503 Praticidade 5504 Preços asseciveis
 5505 Bom atendimento
- 56 - A quanto tempo a empresa é fiel a você ?
- 5601 3 Anos 5602 4 Anos
 5603 5 Anos 5604 Mais de 6 anos
- 57 - A empresa que você é fiel já lhe proporcionou benefícios
- 5701 Sim 5702 Não
 5703 As vezes
- 58 - Quais foram estes benefícios?
- 5801 Aumento do salário 5802 Licença provisoria
 5803 Férias extra 5804 Vantagens
- 59 - Estes benefícios que a empresa lhe proporcionou aumentou o grau de fidelização
- 5901 Sim 5902 Não
- 60 - Em quais aspectos ?
- 6001 Qualitativo 6002 Satisfatório
 6003 Participativo 6004 Comunicativo
 6005 Outros _____
- 61 - A empresa procura melhorar estes aspectos quando a fidelização não é alcançada
- 6101 Sim 6102 Não
 6103 As vezes

- 62 - O que leva a empresa não alcança o índice de fidelização dos clientes ?
- 6201 Má prestação dos serviços e produtos da empresa
 6202 Desinteresse dos administradores da empresa
 6203 Insuficiência de comunicação
 6204 Atendimento não qualificado
- 63 - O que a empresa faz para melhorar este índice ?
- 6301 Melhorá o atendimento da empresa
 6302 Melhorá o espaço interno da empresa
 6304 Oferesser produtos de melhor qualidade
 6305 Oferesse vantagens aos clientes
 6306 Outros _____
- 64 - A empresa levanta dados sobre a fidelização do clientes?
- 6401 Sim 6402 Não
- 65 - Em caso afirmativo especifique :
- 6501 *De vez em quando*
- 66 - Na sua empresa é feito um controle sobre o desenvolvimento empresarial?
- 6601 Sim 6602 Não
- 67 - Qual é a periodicidade desse controle ?
- 6701 1 Mês 6702 2 Meses
 6703 3 Meses 6704 Mais de 4 meses
- 68 - Qual foi o seu nível durante este controle ?
- 6801 Ótimo 6802 Bom
 6903 Ruim 6804 Pessimo
- 69 - A empresa teve um crescimento satisfatório com o desenvolvimento empresarial ?
- 6901 Sim 6902 Não
- 70 - Quais foram os setores que se desenvolveram melhor ?
- 7001 Administrativo 7002 Financeiro
 7003 Tecnológico 7004 Gerencial
- 71 - O desenvolvimento empresarial deve ser posto em prática na empresa ?
- 7101 Sim 7102 Não
- 72 - A empresa não consegue alcançar o desenvolvimento empresarial mediante a quais situações ?
- 7201 Perda de clientes
 7202 Perda de grande parte das vendas
 7203 Perda do espaço de mercado
 7204 Taxa de juros muito elevado
 7205 Variação cambial alta
 7206 Outros _____
- 73 - O que deve ser feito para que isto não venha acontecer ?
- 7301 Força de vontade dos empresários
 7302 Procurar está sempre inovando suas metas
 7303 Atento as mudanças de mercado
 7304 Atento a crise internacionais
- 74 - Qual é a sua opinião com relação ao desenvolvimento empresarial, mediante todas estas variações ?
- 7401 Ótimo 7402 Bom
 7403 Regular 7404 Pessimo
 7405 Ruim
- 75 - Na sua empresa ocorre desenvolvimento empresarial ?
- 7501 Sim 7502 Não
- 76 - Caso afirmativo, justifique:
- 7601 *Quando for necessário*
- 77 - Que nota você daria ao desenvolvimento empresarial de sua empresa ?
- 7601 Nota 10 7602 Nota 07
 7603 Nota 08 7604 Nota 09
 7605 Nota 06 7606 Nota 05
- 77 - Na sua opinião toda empresa deve se desenvolver empresarialmente :
- 7701 sim 7702 Não
- 79 - Caso negativo justifique:
- 7901 _____
- 80 - Com tudo que foi exposto , como você avalia o desenvolvimento empresarial ?
- 8001 Ótimo 8002 Muito bom

CEWA 2

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para funcionários).

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo

até ____ / ____ / ____, lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo 0101 <input type="checkbox"/> Masculino 0102 <input checked="" type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária 0201 <input checked="" type="checkbox"/> De 28 a 30 anos 0204 <input type="checkbox"/> Mais de 30 anos</p> <p>03 - Estado civil 0301 <input type="checkbox"/> Casado 0303 <input checked="" type="checkbox"/> Solteiro 0302 <input type="checkbox"/> Divorciado 0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Possui filhos? 3501 <input type="checkbox"/> Sim 3502 <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>05 - Em caso afirmativo, quantos? 0501 _____</p> <p>06 - Em que empresa trabalha? 0601 <input type="checkbox"/> CAEMA 0602 <input checked="" type="checkbox"/> CEMAR</p> <p>07 - Ocupa algum cargo? 0701 <input type="checkbox"/> Sim 0703 <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>08 - Em caso afirmativo quantos? 0801 _____</p> <p>09 - Qual é sua função? 0901 <u>MOTORISTA</u></p> <p>10 - Seu conhecimento é suficiente para exercer sua função 1001 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1002 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>11 - A empresa oferece cursos profissionalizantes? 1101 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1102 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>12 - Você acha importante a capacitação profissional? 1201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>13 - A empresa costuma fazer programa de capacitação? 1301 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1302 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>14 - Em quanto tempo costuma fazer os programas? 1401 <input checked="" type="checkbox"/> 6 meses 1403 <input type="checkbox"/> 2 anos 1402 <input type="checkbox"/> 1 ano 1404 <input type="checkbox"/> Mais de 3 anos</p> <p>15 - Caso afirmativo quantas vezes? 1501 <input checked="" type="checkbox"/> Uma vez 1503 <input type="checkbox"/> Três vezes 1502 <input type="checkbox"/> Duas vezes 1504 <input type="checkbox"/> quatro vezes</p> <p>16 - Avalie o treinamento? 1601 <input checked="" type="checkbox"/> Ótimo 1603 <input type="checkbox"/> Regular 1602 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>17 - O treinamento foi importante? 1701 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1702 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>18 - Caso afirme, enumere 03 alternativas de 1 a 3 conforme o grau de importância dos resultados de tal importância? 1801 <input checked="" type="checkbox"/> Crescimento profissional 1805 <input type="checkbox"/> Crescimento pessoal 1802 <input type="checkbox"/> Especialização de tarefa 1806 <input type="checkbox"/> Orientação profissional 1803 <input checked="" type="checkbox"/> Auto realização 1807 <input type="checkbox"/> Habilidades 1804 <input type="checkbox"/> Maior conhecimento 1808 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>19 - A empresa costuma ministrar cursos profissionalizantes 1901 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>20 - Quem ministrou estes cursos profissionalizantes? 2001 <input type="checkbox"/> Empresa especializada 2004 <input checked="" type="checkbox"/> Superiores 2002 <input type="checkbox"/> Técnicos formados 2005 <input type="checkbox"/> Outros _____ 2003 <input type="checkbox"/> Profissionais da área</p> <p>21 - Quanto tempo durou estes cursos? 2101 <input checked="" type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2104 <input type="checkbox"/> 7 Meses 2102 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses 2105 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>22 - Você gostou dos cursos? 2201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>23 - Você gostaria que a empresa oferecesse mais cursos? 2301 <input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p> <p>24 - Qual tempo de duração desses cursos? 2401 <input checked="" type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2403 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses 2402 <input type="checkbox"/> de 4 a 5 meses 2404 <input type="checkbox"/> Mais de 6 meses</p>	<p>25 - Você progrediu dentro da empresa com estes cursos profissionalizantes ? 2501 <input checked="" type="checkbox"/> sim 2502 <input type="checkbox"/> não</p> <p>26 - Qual foi seu nível de progressão dentro da empresa com a aplicação desses cursos profissionalizantes ? 2601 <input type="checkbox"/> Ótimo 2602 <input checked="" type="checkbox"/> Bom 2603 <input type="checkbox"/> Razoável 2604 <input type="checkbox"/> Ruim 2605 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>27 - A empresa passou a valorizar mais o funcionário em qual aspecto: 2701 <input type="checkbox"/> Participativo 2702 <input checked="" type="checkbox"/> Comunicativo 2703 <input type="checkbox"/> Qualitativo 2704 <input type="checkbox"/> Quantitativo 2706 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>28 - A empresa tem interação com os funcionários ? 2801 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2802 <input type="checkbox"/> Não 2803 <input type="checkbox"/> As vezes</p> <p>29 - Qual é o nível de interação da empresa com os funcionários? 2901 <input type="checkbox"/> Ótimo 2902 <input checked="" type="checkbox"/> Bom 2903 <input type="checkbox"/> Razoável 2904 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>30 - Você se comunica bem com a empresa que trabalha ? 3001 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3002 <input type="checkbox"/> Não 3003 <input type="checkbox"/> As vezes</p> <p>31 - Como é esta comunicação ? 3101 <input type="checkbox"/> Ótima 3102 <input checked="" type="checkbox"/> Excelente 3103 <input type="checkbox"/> Ruim 3104 <input type="checkbox"/> Pessima 3105 <input type="checkbox"/> Razoável 3106 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>32 - Você é sempre informado de mudanças que ocorrem na empresa ? 3201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>33 - Como são passadas estas informações ? 3301 <input checked="" type="checkbox"/> Por reuniões 3302 <input type="checkbox"/> E-mail 3303 <input checked="" type="checkbox"/> Por carta 3304 <input type="checkbox"/> Por telefone 3305 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>34 - O programa de excelência costuma ser abordado na empresa que trabalha ? 3401 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3402 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>35 - Quais são os resultados que o programa excelência trás a empresa ? 3501 <input checked="" type="checkbox"/> Aumenta a satisfação do cliente 3502 <input type="checkbox"/> Melhora os resultados da empresa 3503 <input type="checkbox"/> Aumenta o crescimento da empresa 3504 <input type="checkbox"/> Alcança as metas 3505 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>36 - É viável implantar este programa na empresa ? 3601 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3602 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>37 - Caso negativo o que você surgere para a empresa ? 3701 <input type="checkbox"/> Promover reuniões para obter resultados 3702 <input type="checkbox"/> Implantar um treinamento na empresa 3703 <input type="checkbox"/> Acolher melhor o cliente 3704 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>38 - Há quanto tempo sua empresa atua no mercado ? 3801 <input checked="" type="checkbox"/> 1 ano 3802 <input type="checkbox"/> 2 anos 3803 <input type="checkbox"/> 3 anos 3804 <input type="checkbox"/> 04 anos 3805 <input type="checkbox"/> 05 anos 3806 <input checked="" type="checkbox"/> Mais de 5 anos</p> <p>39 - Na empresa é feito um controle de qualidade ? 3901 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>40 - Em caso afirmativo, como é feito ? 4001 <input type="checkbox"/> Por equipe 4002 <input checked="" type="checkbox"/> Por fiscais da empresa 4003 <input type="checkbox"/> Por técnicos contratados pela empresa</p>
---	---

- 41 - Qual a periodicidade do controle?**
- 4101 Anual 4104 Trimestral
 4102 Bimestral 4105 Simestral
 4103 Mensal
- 42 - Não é feito por que?**
- 4201 Falta de Organização
 4202 Falta de controle interno
 4203 Falta de um controle administrativo
 4204 Falta de interesse dos empresários
- 43 - Proque fazer o controle de qualidade?**
- 4301 Aumenta os lucros 4304 Avalia a mão-de-obra
 4302 Reduz o desperdicio 4305 outros _____
 4303 Controla as despesas
- 44 - A qualidade influencia na satisfação dos clientes?**
- 4401 Sim 4402 Não
- 45 - Na sua empresa é feito um controle de clientela ?**
- 4501 Sim 4502 Não
 4503 As vezes
- 46 - Qual a peridiocidade do controle ?**
- 4601 Semanal 4602 Simestral
 4603 Bimestral 4604 Trimestral
 4605 Anual
- 47 - A empresa avalia os interesses dos clientes ?**
- 4701 Sim 4702 Não
 4703 As vezes
- 48 - A empresa aceita sugestões dos clientes ?**
- 4801 Sim 4802 Não
- 49 - Na sua empresa há clientes satisfeitos ?**
- 4901 Sim 4902 Não
- 50 - Em caso afirmativo qual é o indece ?**
- 5001 Muito bom 5002 Ótimo
 5003 Regular 5004 Ruim
 5005 Pessimo
- 51 - A empresa possui programa de satisfação dos clientes ?**
- 5101 Sim 5102 Não
- 52 - Caso afirmativo, em que um programa contribuirá para a empresa?**
- 5201 melhoria continua 5202 Identifica metas
 5203 Delegar tarefas 5204 Motivará as pessoas
- 53 - O que leva a empresa ser fiel com os clientes ?**
- 5301 Bom atendimento 5302 Produtos de qualidade
 5303 Preços baixo 5304 Ambiente agradável
 5305 Outros _____
- 54 - A empresa costuma manter esses clientes fieis ?**
- 5401 Sim 5402 Não
- 55 - Caso afirmativo como ?**
- 5501 Oferecendo bonos 5502 Comodidade
 5503 Praticidade 5504 Preços asseciveis
 5505 Bom atendimento
- 56 - A quanto tempo a empresa é fiel a você ?**
- 5601 3 Anos 5602 4 Anos
 5603 5 Anos 5604 Mais de 6 anos
- 57 - A empresa que você é fiel já lhe proporcionou benefícios**
- 5701 Sim 5702 Não
 5703 As vezes
- 58 - Quais foram estes benefícios?**
- 5801 Aumento do salário 5802 Licença provisoria
 5803 Férias extra 5804 Vantagens
- 59 - Estes benefícios que a empresa lhe proporcionou aumentou o grau de fidelização**
- 5901 Sim 5902 Não
- 60 - Em quais aspectos ?**
- 6001 Qualitativo 6002 Satisfatório
 6003 Participativo 6004 Comunicativo
 6005 Outros _____
- 61 - A empresa procura melhorar estes aspectos quando a fidelização não é alcançada**
- 6101 Sim 6102 Não
 6103 As vezes

- 62 - O que leva a empresa não alcança o indece de fidelização dos clientes ?**
- 6201 Má prestação dos serviços e produtos da empresa
 6202 Desinteresse dos administradores da empresa
 6203 Insuficiência de comunicação
 6204 Atendimento não qualificado
- 63 - O que a empresa faz para melhorar este indece ?**
- 6301 Melhorá o atendimento da empresa
 6302 Melhorá o espaço interno da empresa
 6304 Oferesser produtos de melhor qualidade
 6305 Oferesse vantagens aos clientes
 6306 Outros _____
- 64 - A empresa levanta dados sobre a fidelização do clientes?**
- 6401 Sim 6402 Não
- 65 - Em caso afirmativo especifique :**
- 6501 _____
- 66 - Na sua empresa é feito um controle sobre o desenvolvimento empresarial?**
- 6601 Sim 6602 Não
- 67 - Qual é a periodicidade desse controle ?**
- 6701 1 Mês 6702 2 Meses
 6703 3 Meses 6704 Mais de 4 meses
- 68 - Qual foi o seu nivel durante este controle ?**
- 6801 Ótimo 6802 Bom
 6803 Ruim 6804 Pessimo
- 69 - A empresa teve um crescimento satisfatório com o desenvolvimento empresarial ?**
- 6901 Sim 6902 Não
- 70 - Quais foram os setores que se desenvolveram melhor ?**
- 7001 Administrativo 7002 Fináceiro
 7003 Tecnológico 7004 Gerencial
- 71 - O desenvolvimento empresarial deve ser posto em prática na empresa ?**
- 7101 Sim 7102 Não
- 72 - A empresa não consegue alcançar o desenvolvimento empresarial mediante a quais situações ?**
- 7201 Perda de clientes
 7202 Perda de grande parte das vendas
 7203 Perda do espaço de mercado
 7204 Taxa de juros muito elevado
 7205 Variação cambial alta
 7206 Outros _____
- 73 - O que deve ser feito para que isto não venha acontecer ?**
- 7301 Força de vontade dos empresários
 7302 Procurar está sempre inovando suas metas
 7303 Atento as mudanças de mercado
 7304 Atento a crise internacionais
- 74 - Qual é a sua opinião com relação ao desenvolvimento empresarial, mediante todas estas variações ?**
- 7401 Ótimo 7402 Bom
 7403 Regular 7404 Pessimo
 7405 Ruim
- 75 - Na sua empresa ocorre desenvolvimento empresarial ?**
- 7501 Sim 7502 Não
- 76 - Caso afirmativo, justifique:**
- 7601 _____
- 77 - Que nota você daria ao desenvolvimento empresarial de sua empresa ?**
- 7601 Nota 10 7602 Nota 07
 7603 Nota 08 7604 Nota 09
 7605 Nota 06 7606 Nota 05
- 77 - Na sua opinião toda empresa deve se desenvolver empresarialmente :**
- 7701 sim 7702 Não
- 79 - Caso negativo justifique:**
- 7901 _____
- 80 - Com tudo que foi exposto , como você avalia o desenvolvimento empresarial ?**
- 8001 Ótimo 8002 Muito bom

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

4

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para funcionários).

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo

até / / , lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo 0101 <input type="checkbox"/> Masculino 0102 <input checked="" type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária 0201 <input checked="" type="checkbox"/> De 28 a 30 anos 0204 <input type="checkbox"/> Mais de 30 anos</p> <p>03 - Estado civil 0301 <input checked="" type="checkbox"/> Casado 0302 <input type="checkbox"/> Divorciado 0303 <input type="checkbox"/> Solteiro 0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Possui filhos? 3501 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3502 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>05 - Em caso afirmativo, quantos? 0501 <u>2</u></p> <p>06 - Em que empresa trabalha? 0601 <input type="checkbox"/> CAEMA 0602 <input checked="" type="checkbox"/> CEMAR</p> <p>07 - Ocupa algum cargo? 0701 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 0703 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>08 - Em caso afirmativo quantos? 0801 <u>1</u></p> <p>09 - Qual é sua função? 0901 <u>SUB GERENTE</u></p> <p>10 - Seu conhecimento é suficiente para exercer sua função 1001 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1002 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>11 - A empresa oferece cursos profissionalizantes? 1101 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1102 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>12 - Você acha importante a capacitação profissional? 1201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>13 - A empresa costuma fazer programa de capacitação? 1301 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1302 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>14 - Em quanto tempo costuma fazer os programas? 1401 <input checked="" type="checkbox"/> 6 mese 1402 <input type="checkbox"/> 1 ano 1403 <input type="checkbox"/> 2 anos 1404 <input type="checkbox"/> Mais de 3 anos</p> <p>15 - Caso afirmativo quantas vezes? 1501 <input checked="" type="checkbox"/> Uma vez 1502 <input type="checkbox"/> Duas vezes 1503 <input type="checkbox"/> Três vezes 1504 <input type="checkbox"/> quatro vezes</p> <p>16 - Avalie o treinamento? 1601 <input checked="" type="checkbox"/> Ótimo 1602 <input type="checkbox"/> Bom 1603 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>17 - O treinamento foi importante? 1701 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1702 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>18 - Caso afirme, enumere 03 alternativas de 1 a 3 conforme o grau de importância dos resultados de tal importância? 1801 <input type="checkbox"/> Crescimento proficional 1802 <input type="checkbox"/> Especialização de tarefa 1803 <input type="checkbox"/> Auto realização 1804 <input checked="" type="checkbox"/> Maior conhecimento 1805 <input type="checkbox"/> Crescimento pessoal 1806 <input type="checkbox"/> Orientação profissional 1807 <input checked="" type="checkbox"/> Habilidades 1808 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>19 - A empresa costuma ministrar cursos profissionalizantes 1901 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>20 - Quem ministrou estes cursos profissionalizantes? 2001 <input type="checkbox"/> Empresa especializada 2002 <input type="checkbox"/> Tecnicos formados 2003 <input checked="" type="checkbox"/> Profissionais da área 2004 <input type="checkbox"/> Superfisores 2005 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>21 - Quanto tempo durou estes cursos? 2101 <input checked="" type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2102 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses 2104 <input type="checkbox"/> 7 Meses 2105 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>22 - Você gostou dos cursos? 2201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>23 - Você gostaria que a empresa oferecesse mais cursos? 2301 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2302 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>24 - Qual tempo de duração desses cursos? 2401 <input checked="" type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2402 <input type="checkbox"/> de 4 a 5 meses 2403 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses 2404 <input type="checkbox"/> Mais de 6 meses</p>	<p>25 - Você progrediu dentro da empresa com estes cursos profissionalizantes ? 2501 <input checked="" type="checkbox"/> sim 2502 <input type="checkbox"/> não</p> <p>26 - Qual foi seu nível de progressão dentro da empresa com a aplicação desses cursos profissionalizantes ? 2601 <input type="checkbox"/> Ótimo 2602 <input checked="" type="checkbox"/> Bom 2603 <input type="checkbox"/> Rasoavel 2604 <input type="checkbox"/> Ruim 2605 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>27 - A empresa passou a valoriza mais o funcionário em qual aspecto: 2701 <input type="checkbox"/> Participativo 2702 <input checked="" type="checkbox"/> Comunicativo 2703 <input type="checkbox"/> Qualitativo 2704 <input type="checkbox"/> Quantitativo 2706 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>28 - A empresa tem interação com os funcionários ? 2801 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2802 <input type="checkbox"/> Não 2803 <input type="checkbox"/> As vezes</p> <p>29 - Qual é o nível de interação da empresa com os funcionários? 2901 <input checked="" type="checkbox"/> Ótimo 2902 <input type="checkbox"/> Bom 2903 <input type="checkbox"/> Rasoável 2904 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>30 - Você se comunica bem com a empresa que trabalha ? 3001 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3002 <input type="checkbox"/> Não 3003 <input type="checkbox"/> As vezes</p> <p>31 - Como é está comunicação ? 3101 <input type="checkbox"/> Ótima 3102 <input checked="" type="checkbox"/> Exelente 3103 <input type="checkbox"/> Ruim 3104 <input type="checkbox"/> Pessima 3105 <input type="checkbox"/> Rasoável 3106 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>32 - Você é sempre informado de mudanças que ocorre na empresa ? 3201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>33 - Como são passadas estas informações ? 3301 <input checked="" type="checkbox"/> Por reuniões 3302 <input type="checkbox"/> E-mail 3303 <input type="checkbox"/> Por carta 3304 <input type="checkbox"/> Por telefone 3305 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>34 - O programa de exelência costuma ser abordado na empresa que trabalha ? 3401 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3402 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>35 - Quais são os resultados que o programa exelência trás a empresa ? 3501 <input checked="" type="checkbox"/> Aumenta a satisfação do cliente 3502 <input type="checkbox"/> Melhora os resultados da empresa 3503 <input type="checkbox"/> Aumenta o crescimento da empresa 3504 <input type="checkbox"/> Alcança as metas 3505 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>36 - É viável implantar este programa na empresa ? 3601 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3602 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>37 - Caso negativo o que você surgere para a empresa ? 3701 <input type="checkbox"/> Promover reuniões para obter resultados 3702 <input type="checkbox"/> Implantar um treinamento na empresa 3703 <input type="checkbox"/> Acolher melhor o cliente 3704 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>38 - Há quanto tempo sua empresa atua no mercado ? 3801 <input type="checkbox"/> 1 ano 3802 <input type="checkbox"/> 2 anos 3803 <input type="checkbox"/> 3 anos 3804 <input type="checkbox"/> 04 anos 3805 <input type="checkbox"/> 05 anos 3806 <input checked="" type="checkbox"/> Mais de 5 anos</p> <p>39 - Na empresa é feito um controle de qualidade ? 3901 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>40 - Em caso afirmativo , como é feito ? 4001 <input checked="" type="checkbox"/> Por equipe 4002 <input type="checkbox"/> Por fiscais da empresa 4003 <input type="checkbox"/> Por técnicos contratados pela empresa</p>
--	---

- 41 - Qual a periodicidade do controle?**
- 4101 Anual 4104 Trimestral
 4102 Bimestral 4105 Semestral
 4103 Mensal
- 42 - Não é feito por que?**
- 4201 Farta de Organização
 4202 Falta de controle interno
 4203 Falta de um controle administrativo
 4204 Falta de interesse dos empresários
- 43 - Proque fazer o controle de qualidade?**
- 4301 Aumenta os lucros 4304 Avalia a mão-de-obra
 4302 Reduz o desperdício 4305 outros
 4303 Controla as despesas
- 44 - A qualidade influencia na satisfação dos clientes?**
- 4401 Sim 4402 Não
- 45 - Na sua empresa é feito um controle de clientela ?**
- 4501 Sim 4502 Não
 4503 As vezes
- 46 - Qual a periodicidade do controle ?**
- 4601 Semanal 4602 Semestral
 4603 Bimestral 4604 Trimestral
 4605 Anual
- 47 - A empresa avalia os interesses dos clientes ?**
- 4701 Sim 4702 Não
 4703 As vezes
- 48 - A empresa aceita sugestões dos clientes ?**
- 4801 Sim 4802 Não
- 49 - Na sua empresa há clientes satisfeitos ?**
- 4901 Sim 4902 Não
- 50 - Em caso afirmativo qual é o índice ?**
- 5001 Muito bom 5002 Ótimo
 5003 Regular 5004 Ruim
 5005 Pessimo
- 51 - A empresa possui programa de satisfação dos clientes ?**
- 5101 Sim 5102 Não
- 52 - Caso afirmativo, em que um programa contribuirá para a empresa?**
- 5201 melhoria continua 5202 Identifica metas
 5203 Delegar tarefas 5204 Motivará as pessoas
- 53 - O que leva a empresa ser fiel com os clientes ?**
- 5301 Bom atendimento 5302 Produtos de qualidade
 5303 Preços baixo 5304 Ambiente agradável
 5305 Outros
- 54 - A empresa costuma manter esses clientes fieis ?**
- 5401 Sim 5402 Não
- 55 - Caso afirmativo como ?**
- 5501 Oferecendo bonos 5502 Comodidade
 5503 Praticidade 5504 Preços asseciveis
 5505 Bom atendimento
- 56 - A quanto tempo a empresa é fiel a você ?**
- 5601 3 Anos 5602 4 Anos
 5603 5 Anos 5604 Mais de 6 anos
- 57 - A empresa que você é fiel já lhe proporcionou benefícios**
- 5701 Sim 5702 Não
 5703 As vezes
- 58 - Quais foram estes benefícios?**
- 5801 Aumento do salário 5802 Licença provisoria
 5803 Férias extra 5804 Vantagens
- 59 - Estes benefícios que a empresa lhe proporcionou aumentou o grau de fidelização**
- 5901 Sim 5902 Não
- 60 - Em quais aspectos ?**
- 6001 Qualitativo 6002 Satisfatório
 6003 Participativo 6004 Comunicativo
 6005 Outros
- 61 - A empresa procura melhorar estes aspectos quando a fidelização não é alcançada**
- 6101 Sim 6102 Não
 6103 As vezes

- 62 - O que leva a empresa não alcança o índice de fidelização dos clientes ?**
- 6201 Má prestação dos serviços e produtos da empresa
 6202 Desenteresse dos administradores da empresa
 6203 Insuficiência de comunicação
 6204 Atendimento não qualificado
- 63 - O que a empresa faz para melhorar este índice ?**
- 6301 Melhorá o atendimento da empresa
 6302 Melhorá o espaço interno da empresa
 6304 Oferecer produtos de melhor qualidade
 6305 Oferecer vantagens aos clientes
 6306 Outros
- 64 - A empresa levanta dados sobre a fidelização do clientes?**
- 6401 Sim 6402 Não
- 65 - Em caso afirmativo especifique :**
- 6501 _____
- 66 - Na sua empresa é feito um controle sobre o desenvolvimento empresarial?**
- 6601 Sim 6602 Não
- 67 - Qual é a periodicidade desse controle ?**
- 6701 1 Mês 6702 2 Meses
 6703 3 Meses 6704 Mais de 4 meses
- 68 - Qual foi o seu nível durante este controle ?**
- 6801 Ótimo 6802 Bom
 6903 Ruim 6804 Pessimo
- 69 - A empresa teve um crescimento satisfatório com o desenvolvimento empresarial ?**
- 6901 Sim 6902 Não
- 70 - Quais foram os setores que se desenvolveram melhor ?**
- 7001 Administrativo 7002 Financeiro
 7003 Tecnológico 7004 Gerencial
- 71 - O desenvolvimento empresarial deve ser posto em prática na empresa ?**
- 7101 Sim 7102 Não
- 72 - A empresa não consegue alcançar o desenvolvimento empresarial mediante a quais situações ?**
- 7201 Perda de clientes
 7202 Perda de grande parte das vendas
 7203 Perda do espaço de mercado
 7204 Taxa de juros muito elevado
 7205 Variação cambial alta
 7206 Outros
- 73 - O que deve ser feito para que isto não venha acontecer ?**
- 7301 Força de vontade dos empresários
 7302 Procurar está sempre inovando suas metas
 7303 Atento as mudanças de mercado
 7304 Atento a crise internacionais
- 74 - Qual é a sua opinião com relação ao desenvolvimento empresarial, mediante todas estas variações ?**
- 7401 Ótimo 7402 Bom
 7403 Regular 7404 Pessimo
 7405 Ruim
- 75 - Na sua empresa ocorre desenvolvimento empresarial ?**
- 7501 Sim 7502 Não
- 76 - Caso afirmativo, justifique:**
- 7601 _____
- 77 - Que nota você daria ao desenvolvimento empresarial de sua empresa ?**
- 7601 Nota 10 7602 Nota 07
 7603 Nota 08 7604 Nota 09
 7605 Nota 06 7606 Nota 05
- 77 - Na sua opinião toda empresa deve se desenvolver empresarialmente :**
- 7701 sim 7702 Não
- 79 - Caso negativo justifique:**
- 7901 _____
- 80 - Com tudo que foi exposto , como você avalia o desenvolvimento empresarial ?**
- 8001 Ótimo 8002 Muito bom

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

2

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para funcionários).

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo

até / / , lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo</p> <p>0101 <input type="checkbox"/> Masculino 0102 <input checked="" type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária</p> <p>0201 <input checked="" type="checkbox"/> De 28 a 30 anos 0204 <input type="checkbox"/> Mais de 30 anos</p> <p>03 - Estado civil</p> <p>0301 <input type="checkbox"/> Casado 0303 <input checked="" type="checkbox"/> Solteiro</p> <p>0302 <input type="checkbox"/> Divorciado 0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Possui filhos?</p> <p>0401 <input type="checkbox"/> Sim 0402 <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>05 - Em caso afirmativo, quantos?</p> <p>0501 _____</p> <p>06 - Em que empresa trabalha?</p> <p>0601 <input checked="" type="checkbox"/> CAEMA 0602 <input type="checkbox"/> CEMAR</p> <p>07 - Ocupa algum cargo?</p> <p>0701 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 0703 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>08 - Em caso afirmativo quantos?</p> <p>0801 _____</p> <p>09 - Qual é sua função?</p> <p>0901 _____</p> <p>10 - Seu conhecimento é suficiente para exercer sua função</p> <p>1001 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1002 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>11 - A empresa oferece cursos profissionalizantes?</p> <p>1101 <input type="checkbox"/> Sim 1102 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>12 - Você acha importante a capacitação profissional?</p> <p>1201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>13 - A empresa costuma fazer programa de capacitação?</p> <p>1301 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1302 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>14 - Em quanto tempo costuma fazer os programas?</p> <p>1401 <input type="checkbox"/> 6 meses 1403 <input checked="" type="checkbox"/> 2 anos</p> <p>1402 <input type="checkbox"/> 1 ano 1404 <input type="checkbox"/> Mais de 3 anos</p> <p>15 - Caso afirmativo quantas vezes?</p> <p>1501 <input type="checkbox"/> Uma vez 1503 <input type="checkbox"/> Três vezes</p> <p>1502 <input checked="" type="checkbox"/> Duas vezes 1504 <input type="checkbox"/> quatro vezes</p> <p>16 - Avalie o treinamento?</p> <p>1601 <input checked="" type="checkbox"/> Ótimo 1603 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>1602 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>17 - O treinamento foi importante?</p> <p>1701 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1702 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>18 - Caso afirme, enumere 03 alternativas de 1 a 3 conforme o grau de importância dos resultados de tal importância?</p> <p>1801 <input type="checkbox"/> Crescimento profissional 1805 <input checked="" type="checkbox"/> Crescimento pessoal</p> <p>1802 <input type="checkbox"/> Especialização de tarefa 1806 <input type="checkbox"/> Orientação profissional</p> <p>1803 <input checked="" type="checkbox"/> Auto realização 1807 <input type="checkbox"/> Habilidades</p> <p>1804 <input type="checkbox"/> Maior conhecimento 1808 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>19 - A empresa costuma ministrar cursos profissionalizantes</p> <p>1901 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1902 <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>20 - Quem ministrou estes cursos profissionalizantes?</p> <p>2001 <input type="checkbox"/> Empresa especializada 2004 <input checked="" type="checkbox"/> Superiores</p> <p>2002 <input type="checkbox"/> Técnicos formados 2005 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>2003 <input type="checkbox"/> Profissionais da área</p> <p>21 - Quanto tempo durou estes cursos?</p> <p>2101 <input checked="" type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2104 <input type="checkbox"/> 7 Meses</p> <p>2102 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses 2105 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>22 - Você gostou dos cursos?</p> <p>2201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>23 - Você gostaria que a empresa oferecesse mais cursos?</p> <p>2301 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2302 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>24 - Qual tempo de duração desses cursos?</p> <p>2401 <input type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2403 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses</p> <p>2402 <input checked="" type="checkbox"/> de 4 a 5 meses 2404 <input type="checkbox"/> Mais de 6 meses</p>	<p>25 - Você progrediu dentro da empresa com estes cursos profissionalizantes ?</p> <p>2501 <input checked="" type="checkbox"/> sim 2502 <input type="checkbox"/> não</p> <p>26 - Qual foi seu nível de progressão dentro da empresa com a aplicação desses cursos profissionalizantes ?</p> <p>2601 <input checked="" type="checkbox"/> Ótimo 2602 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>2603 <input type="checkbox"/> Rasoável 2604 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>2605 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>27 - A empresa passou a valorizar mais o funcionário em qual aspecto:</p> <p>2701 <input type="checkbox"/> Participativo 2702 <input type="checkbox"/> Comunicativo</p> <p>2703 <input checked="" type="checkbox"/> Qualitativo 2704 <input type="checkbox"/> Quantitativo</p> <p>2706 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>28 - A empresa tem interação com os funcionários ?</p> <p>2801 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2802 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>2803 <input type="checkbox"/> As vezes</p> <p>29 - Qual é o nível de interação da empresa com os funcionários?</p> <p>2901 <input type="checkbox"/> Ótimo 2902 <input checked="" type="checkbox"/> Bom</p> <p>2903 <input type="checkbox"/> Rasoável 2904 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>30 - Você se comunica bem com a empresa que trabalha ?</p> <p>3001 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3002 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>3003 <input type="checkbox"/> As vezes</p> <p>31 - Como é esta comunicação ?</p> <p>3101 <input checked="" type="checkbox"/> Ótima 3102 <input type="checkbox"/> Excelente</p> <p>3103 <input type="checkbox"/> Ruim 3104 <input type="checkbox"/> Pessima</p> <p>3105 <input type="checkbox"/> Rasoável 3106 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>32 - Você é sempre informado de mudanças que ocorrem na empresa ?</p> <p>3201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>33 - Como são passadas estas informações ?</p> <p>3301 <input checked="" type="checkbox"/> Por reuniões 3302 <input type="checkbox"/> E-mail</p> <p>3303 <input type="checkbox"/> Por carta 3304 <input type="checkbox"/> Por telefone</p> <p>3305 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>34 - O programa de excelência costuma ser abordado na empresa que trabalha ?</p> <p>3401 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3402 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>35 - Quais são os resultados que o programa de excelência trás a empresa ?</p> <p>3501 <input type="checkbox"/> Aumenta a satisfação do cliente</p> <p>3502 <input checked="" type="checkbox"/> Melhora os resultados da empresa</p> <p>3503 <input type="checkbox"/> Aumenta o crescimento da empresa</p> <p>3504 <input type="checkbox"/> Alcança as metas</p> <p>3505 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>36 - É viável implantar este programa na empresa ?</p> <p>3601 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3602 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>37 - Caso negativo o que você sugere para a empresa ?</p> <p>3701 <input type="checkbox"/> Promover reuniões para obter resultados</p> <p>3702 <input type="checkbox"/> Implantar um treinamento na empresa</p> <p>3703 <input type="checkbox"/> Acolher melhor o cliente</p> <p>3704 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>38 - Há quanto tempo sua empresa atua no mercado ?</p> <p>3801 <input type="checkbox"/> 1 ano 3802 <input type="checkbox"/> 2 anos</p> <p>3803 <input type="checkbox"/> 3 anos 3804 <input type="checkbox"/> 04 anos</p> <p>3805 <input type="checkbox"/> 05 anos 3806 <input checked="" type="checkbox"/> Mais de 5 anos</p> <p>39 - Na empresa é feito um controle de qualidade ?</p> <p>3901 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>40 - Em caso afirmativo, como é feito ?</p> <p>4001 <input checked="" type="checkbox"/> Por equipe 4002 <input type="checkbox"/> Por fiscais da empresa</p> <p>4003 <input type="checkbox"/> Por técnicos contratados pela empresa</p>
---	---

- 41 - Qual a periodicidade do controle?
- 4101 Anual 4104 Trimestral
 4102 Bimestral 4105 Semestral
 4103 Mensal
- 42 - Não é feito por que?
- 4201 Falta de Organização
 4202 Falta de controle interno
 4203 Falta de um controle administrativo
 4204 Falta de interesse dos empresários
- 43 - Proque fazer o controle de qualidade?
- 4301 Aumenta os lucros 4304 Avalia a mão-de-obra
 4302 Reduz o desperdício 4305 outros
 4303 Controla as despesas
- 44 - A qualidade influencia na satisfação dos clientes?
- 4401 Sim 4402 Não
- 45 - Na sua empresa é feito um controle de clientela ?
- 4501 Sim 4502 Não
 4503 As vezes
- 46 - Qual a periodicidade do controle ?
- 4601 Semanal 4602 Semestral
 4603 Bimestral 4604 Trimestral
 4605 Anual
- 47 - A empresa avalia os interesses dos clientes ?
- 4701 Sim 4702 Não
 4703 As vezes
- 48 - A empresa aceita sugestões dos clientes ?
- 4801 Sim 4802 Não
- 49 - Na sua empresa há clientes satisfeitos ?
- 4901 Sim 4902 Não
- 50 - Em caso afirmativo qual é o índice ?
- 5001 Muito bom 5002 Ótimo
 5003 Regular 5004 Ruim
 5005 Pessimo
- 51 - A empresa possui programa de satisfação dos clientes ?
- 5101 Sim 5102 Não
- 52 - Caso afirmativo, em que um programa contribuirá para a empresa?
- 5201 melhoria continua 5202 Identifica metas
 5203 Delegar tarefas 5204 Motivará as pessoas
- 53 - O que leva a empresa ser fiel com os clientes ?
- 5301 Bom atendimento 5302 Produtos de qualidade
 5303 Preços baixo 5304 Ambiente agradável
 5305 Outros
- 54 - A empresa costuma manter esses clientes fieis ?
- 5401 Sim 5402 Não
- 55 - Caso afirmativo como ?
- 5501 Oferecendo bonos 5502 Comodidade
 5503 Praticidade 5504 Preços asseciveis
 5505 Bom atendimento
- 56 - A quanto tempo a empresa é fiel a você ?
- 5601 3 Anos 5602 4 Anos
 5603 5 Anos 5604 Mais de 6 anos
- 57 - A empresa que você é fiel já lhe proporcionou benefícios
- 5701 Sim 5702 Não
 5703 As vezes
- 58 - Quais foram estes benefícios?
- 5801 Aumento do salário 5802 Licença provisoria
 5803 Férias extra 5804 Vantagens
- 59 - Estes benefícios que a empresa lhe proporcionou aumentou o grau de fidelização
- 5901 Sim 5902 Não
- 60 - Em quais aspectos ?
- 6001 Qualitativo 6002 Satisfatório
 6003 Participativo 6004 Comunicativo
 6005 Outros
- 61 - A empresa procura melhorar estes aspectos quando a fidelização não é alcançada
- 6101 Sim 6102 Não
 6103 As vezes

- 62 - O que leva a empresa não alcança o índice de fidelização dos clientes ?
- 6201 Má prestação dos serviços e produtos da empresa
 6202 Desinteresse dos administradores da empresa
 6203 Insuficiência de comunicação
 6204 Atendimento não qualificado
- 63 - O que a empresa faz para melhorar este índice ?
- 6301 Melhorá o atendimento da empresa
 6302 Melhorá o espaço interno da empresa
 6304 Oferecer produtos de melhor qualidade
 6305 Oferece vantagens aos clientes
 6306 Outros
- 64 - A empresa levanta dados sobre a fidelização do clientes?
- 6401 Sim 6402 Não
- 65 - Em caso afirmativo especifique :
- 6501 _____
- 66 - Na sua empresa é feito um controle sobre o desenvolvimento empresarial?
- 6601 Sim 6602 Não
- 67 - Qual é a periodicidade desse controle ?
- 6701 1 Mês 6702 2 Meses
 6703 3 Meses 6704 Mais de 4 meses
- 68 - Qual foi o seu nível durante este controle ?
- 6801 Ótimo 6802 Bom
 6803 Ruim 6804 Pessimo
- 69 - A empresa teve um crescimento satisfatório com o desenvolvimento empresarial ?
- 6901 Sim 6902 Não
- 70 - Quais foram os setores que se desenvolveram melhor ?
- 7001 Administrativo 7002 Financeiro
 7003 Tecnológico 7004 Gerencial
- 71 - O desenvolvimento empresarial deve ser posto em prática na empresa ?
- 7101 Sim 7102 Não
- 72 - A empresa não consegue alcançar o desenvolvimento empresarial mediante a quais situações ?
- 7201 Perda de clientes
 7202 Perda de grande parte das vendas
 7203 Perda do espaço de mercado
 7204 Taxa de juros muito elevado
 7205 Variação cambial alta
 7206 Outros
- 73 - O que deve ser feito para que isto não venha acontecer ?
- 7301 Força de vontade dos empresários
 7302 Procurar está sempre inovando suas metas
 7303 Atento as mudanças de mercado
 7304 Atento a crise internacionais
- 74 - Qual é a sua opinião com relação ao desenvolvimento empresarial, mediante todas estas variações ?
- 7401 Ótimo 7402 Bom
 7403 Regular 7404 Pessimo
 7405 Ruim
- 75 - Na sua empresa ocorre desenvolvimento empresarial ?
- 7501 Sim 7502 Não
- 76 - Caso afirmativo, justifique:
- 7601 _____
- 77 - Que nota você daria ao desenvolvimento empresarial de sua empresa ?
- 7601 Nota 10 7602 Nota 07
 7603 Nota 08 7604 Nota 09
 7605 Nota 06 7606 Nota 05
- 78 - Na sua opinião toda empresa deve se desenvolver empresarialmente :
- 7701 sim 7702 Não
- 79 - Caso negativo justifique:
- 7901 _____
- 80 - Com tudo que foi exposto , como você avalia o desenvolvimento empresarial ?
- 8001 Ótimo 8002 Muito bom

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

2

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para funcionários).

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo até / / , lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo 0101 <input checked="" type="checkbox"/> Masculino 0102 <input type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária 0201 <input type="checkbox"/> De 28 a 30 anos 0204 <input checked="" type="checkbox"/> Mais de 30 anos</p> <p>03 - Estado civil 0301 <input checked="" type="checkbox"/> Casado 0303 <input type="checkbox"/> Solteiro 0302 <input type="checkbox"/> Divorciado 0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Possui filhos? 3501 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3502 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>05 - Em caso afirmativo, quantos? 0501 <u>1 (um)</u></p> <p>06 - Em que empresa trabalha? 0601 <input checked="" type="checkbox"/> CAEMA 0602 <input type="checkbox"/> CEMAR</p> <p>07 - Ocupa algum cargo? 0701 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 0703 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>08 - Em caso afirmativo quantos? 0801 <u>1</u></p> <p>09 - Qual é sua função? 0901 <u>montador</u></p> <p>10 - Seu conhecimento é suficiente para exercer sua função 1001 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1002 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>11 - A empresa oferece cursos profissionalizantes? 1101 <input type="checkbox"/> Sim 1102 <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>12 - Você acha importante a capacitação profissional? 1201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>13 - A empresa costuma fazer programa de capacitação? 1301 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1302 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>14 - Em quanto tempo costuma fazer os programas? 1401 <input checked="" type="checkbox"/> 6 meses 1403 <input type="checkbox"/> 2 anos 1402 <input type="checkbox"/> 1 ano 1404 <input type="checkbox"/> Mais de 3 anos</p> <p>15 - Caso afirmativo quantas vezes? 1501 <input type="checkbox"/> Uma vez 1503 <input type="checkbox"/> Três vezes 1502 <input checked="" type="checkbox"/> Duas vezes 1504 <input type="checkbox"/> quatro vezes</p> <p>16 - Avalie o treinamento? 1601 <input type="checkbox"/> Ótimo 1603 <input type="checkbox"/> Regular 1602 <input checked="" type="checkbox"/> Bom</p> <p>17 - O treinamento foi importante? 1701 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1702 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>18 - Caso afirmativo, enumere 03 alternativas de 1 a 3 conforme o grau de importância dos resultados de tal importância? 1801 <u>2</u> Crescimento profissional 1805 <u>3</u> Crescimento pessoal 1802 <input type="checkbox"/> Especialização de tarefa 1806 <input type="checkbox"/> Orientação profissional 1803 <input type="checkbox"/> Auto realização 1807 <input type="checkbox"/> Habilidades 1804 <u>1</u> Maior conhecimento 1808 <input type="checkbox"/> Outros</p> <p>19 - A empresa costuma ministrar cursos profissionalizantes 1901 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1902 <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>20 - Quem ministrou estes cursos profissionalizantes? 2001 <input type="checkbox"/> Empresa especializada 2004 <input type="checkbox"/> Superiores 2002 <input type="checkbox"/> Técnicos formados 2005 <input type="checkbox"/> Outros 2003 <input checked="" type="checkbox"/> Profissionais da área</p> <p>21 - Quanto tempo durou estes cursos? 2101 <input checked="" type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2104 <input type="checkbox"/> 7 Meses 2102 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses 2105 <input type="checkbox"/> Outros</p> <p>22 - Você gostou dos cursos? 2201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>23 - Você gostaria que a empresa oferecesse mais cursos? 2301 <input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p> <p>24 - Qual tempo de duração desses cursos? 2401 <input checked="" type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2403 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses 2402 <input type="checkbox"/> de 4 a 5 meses 2404 <input type="checkbox"/> Mais de 6 meses</p>	<p>25 - Você progrediu dentro da empresa com estes cursos profissionalizantes ? 2501 <input checked="" type="checkbox"/> sim 2502 <input type="checkbox"/> não</p> <p>26 - Qual foi seu nível de progressão dentro da empresa com a aplicação desses cursos profissionalizantes ? 2601 <input type="checkbox"/> Ótimo 2602 <input checked="" type="checkbox"/> Bom 2603 <input type="checkbox"/> Razoável 2604 <input type="checkbox"/> Ruim 2605 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>27 - A empresa passou a valorizar mais o funcionário em qual aspecto: 2701 <input checked="" type="checkbox"/> Participativo 2702 <input type="checkbox"/> Comunicativo 2703 <input type="checkbox"/> Qualitativo 2704 <input type="checkbox"/> Quantitativo 2706 <input type="checkbox"/> outros</p> <p>28 - A empresa tem interação com os funcionários ? 2801 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2802 <input type="checkbox"/> Não 2803 <input checked="" type="checkbox"/> As vezes</p> <p>29 - Qual é o nível de interação da empresa com os funcionários? 2901 <input type="checkbox"/> Ótimo 2902 <input type="checkbox"/> Bom 2903 <input checked="" type="checkbox"/> Razoável 2904 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>30 - Você se comunica bem com a empresa que trabalha ? 3001 <input type="checkbox"/> Sim 3002 <input type="checkbox"/> Não 3003 <input checked="" type="checkbox"/> As vezes</p> <p>31 - Como é está comunicação ? 3101 <input type="checkbox"/> Ótima 3102 <input type="checkbox"/> Exelente 3103 <input type="checkbox"/> Ruim 3104 <input type="checkbox"/> Pessima 3105 <input checked="" type="checkbox"/> Razoável 3106 <input type="checkbox"/> Outro</p> <p>32 - Você é sempre informado de mudanças que ocorre na empresa ? 3201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>33 - Como são passadas estas informações ? 3301 <input checked="" type="checkbox"/> Por reuniões 3302 <input type="checkbox"/> E-mail 3303 <input type="checkbox"/> Por carta 3304 <input type="checkbox"/> Por telefone 3305 <input type="checkbox"/> Outro</p> <p>34 - O programa de excelência costuma ser abordado na empresa que trabalha ? 3401 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3402 <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>35 - Quais são os resultados que o programa excelência trás a empresa ? 3501 <input checked="" type="checkbox"/> Aumenta a satisfação do cliente 3502 <input type="checkbox"/> Melhora os resultados da empresa 3503 <input type="checkbox"/> Aumenta o crescimento da empresa 3504 <input type="checkbox"/> Alcança as metas 3505 <input type="checkbox"/> Outros</p> <p>36 - É viável implantar este programa na empresa ? 3601 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3602 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>37 - Caso negativo o que você surgere para a empresa ? 3701 <input type="checkbox"/> Promover reuniões para obter resultados 3702 <input type="checkbox"/> Implantar um treinamento na empresa 3703 <input type="checkbox"/> Acolher melhor o cliente 3704 <input type="checkbox"/> Outro</p> <p>38 - Há quanto tempo sua empresa atua no mercado ? 3801 <input type="checkbox"/> 1 ano 3802 <input type="checkbox"/> 2 anos 3803 <input type="checkbox"/> 3 anos 3804 <input type="checkbox"/> 04 anos 3805 <input type="checkbox"/> 05 anos 3806 <input checked="" type="checkbox"/> Mais de 5 anos</p> <p>39 - Na empresa é feito um controle de qualidade ? 3901 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>40 - Em caso afirmativo , como é feito ? 4001 <input checked="" type="checkbox"/> Por equipe 4002 <input type="checkbox"/> Por fiscais da empresa 4003 <input type="checkbox"/> Por técnicos contratados pela empresa</p>
--	--

- 41 - Qual a periodicidade do controle?
- 4101 Anual 4104 Trimestral
 4102 Bimestral 4105 Semestral
 4103 Mensal
- 42 - Não é feito por que? 20
- 4201 Farta de Organização
 4202 Falta de controle interno
 4203 Falta de um controle administrativo
 4204 Falta de interesse dos empresários
- 43 - Por que fazer o controle de qualidade?
- 4301 Aumenta os lucros 4304 Avalia a mão-de-obra
 4302 Reduz o desperdício 4305 outros _____
 4303 Controla as despesas
- 44 - A qualidade influencia na satisfação dos clientes?
- 4401 Sim 4402 Não
- 45 - Na sua empresa é feito um controle de clientela?
- 4501 Sim 4502 Não
 4503 As vezes
- 46 - Qual a periodicidade do controle?
- 4601 Semanal 4602 Semestral
 4603 Bimestral 4604 Trimestral
 4605 Anual
- 47 - A empresa avalia os interesses dos clientes?
- 4701 Sim 4702 Não
 4703 As vezes
- 48 - A empresa aceita sugestões dos clientes?
- 4801 Sim 4802 Não
- 49 - Na sua empresa há clientes satisfeitos?
- 4901 Sim 4902 Não
- 50 - Em caso afirmativo qual é o índice?
- 5001 Muito bom 5002 Ótimo
 5003 Regular 5004 Ruim
 5005 Pessimo
- 51 - A empresa possui programa de satisfação dos clientes?
- 5101 Sim 5102 Não
- 52 - Caso afirmativo, em que um programa contribuirá para a empresa?
- 5201 melhoria continua 5202 Identifica metas
 5203 Delegar tarefas 5204 Motivará as pessoas
- 53 - O que leva a empresa ser fiel com os clientes?
- 5301 Bom atendimento 5302 Produtos de qualidade
 5303 Preços baixo 5304 Ambiente agradável
 5305 Outros _____
- 54 - A empresa costuma manter esses clientes fieis?
- 5401 Sim 5402 Não
- 55 - Caso afirmativo como?
- 5501 Oferecendo bonos 5502 Comodidade
 5503 Praticidade 5504 Preços assceveis
 5505 Bom atendimento
- 56 - A quanto tempo a empresa é fiel a você?
- 5601 3 Anos 5602 4 Anos
 5603 5 Anos 5604 Mais de 6 anos
- 57 - A empresa que você é fiel já lhe proporcionou benefícios?
- 5701 Sim 5702 Não
 5703 As vezes
- 58 - Quais foram estes benefícios?
- 5801 Aumento do salário 5802 Licença provisoria
 5803 Férias extra 5804 Vantagens
- 59 - Estes benefícios que a empresa lhe proporcionou aumentou o grau de fidelização
- 5901 Sim 5902 Não
- 60 - Em quais aspectos?
- 6001 Qualitativo 6002 Satisfatório
 6003 Participativo 6004 Comunicativo
 6005 Outros _____
- 61 - A empresa procura melhorar estes aspectos quando a fidelização não é alcançada
- 6101 Sim 6102 Não
 6103 As vezes

- 62 - O que leva a empresa não alcança o índice de fidelização dos clientes?
- 6201 Má prestação dos serviços e produtos da empresa
 6202 Desinteresse dos administradores da empresa
 6203 Insuficiência de comunicação
 6204 Atendimento não qualificado
- 63 - O que a empresa faz para melhorar este índice?
- 6301 Melhorará o atendimento da empresa
 6302 Melhorará o espaço interno da empresa
 6304 Oferecer produtos de melhor qualidade
 6305 Oferecer vantagens aos clientes
 6306 Outros _____
- 64 - A empresa levanta dados sobre a fidelização do clientes?
- 6401 Sim 6402 Não
- 65 - Em caso afirmativo especifique:
- 6501 _____
- 66 - Na sua empresa é feito um controle sobre o desenvolvimento empresarial?
- 6601 Sim 6602 Não
- 67 - Qual é a periodicidade desse controle?
- 6701 1 Mês 6702 2 Meses
 6703 3 Meses 6704 Mais de 4 meses
- 68 - Qual foi o seu nível durante este controle?
- 6801 Ótimo 6802 Bom
 6803 Ruim 6804 Pessimo
- 69 - A empresa teve um crescimento satisfatório com o desenvolvimento empresarial?
- 6901 Sim 6902 Não
- 70 - Quais foram os setores que se desenvolveram melhor?
- 7001 Administrativo 7002 Financeiro
 7003 Tecnológico 7004 Gerencial
- 71 - O desenvolvimento empresarial deve ser posto em prática na empresa?
- 7101 Sim 7102 Não
- 72 - A empresa não consegue alcançar o desenvolvimento em empresarial mediante a quais situações?
- 7201 Perda de clientes
 7202 Perda de grande parte das vendas
 7203 Perda do espaço de mercado
 7204 Taxa de juros muito elevado
 7205 Variação cambial alta
 7206 Outros _____
- 73 - O que deve ser feito para que isto não venha acontecer?
- 7301 Força de vontade dos empresários
 7302 Procurar está sempre inovando suas metas
 7303 Atento as mudanças de mercado
 7304 Atento a crise internacionais
- 74 - Qual é a sua opinião com relação ao desenvolvimento empresarial, mediante todas estas variações?
- 7401 Ótimo 7402 Bom
 7403 Regular 7404 Pessimo
 7405 Ruim
- 75 - Na sua empresa ocorre desenvolvimento empresarial?
- 7501 Sim 7502 Não
- 76 - Caso afirmativo, justifique:
- 7601 _____
- 77 - Que nota você daria ao desenvolvimento empresarial de sua empresa?
- 7601 Nota 10 7602 Nota 07
 7603 Nota 08 7604 Nota 09
 7605 Nota 06 7606 Nota 05
- 77 - Na sua opinião toda empresa deve se desenvolver empresarialmente:
- 7701 sim 7702 Não
- 79 - Caso negativo justifique:
- 7901 _____
- 80 - Com tudo que foi exposto, como você avalia o desenvolvimento empresarial?
- 8001 Ótimo 8002 Muito bom

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

3

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para funcionários).

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo

até / / , lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo</p> <p>0101 <input checked="" type="checkbox"/> Masculino 0102 <input type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária</p> <p>0201 <input checked="" type="checkbox"/> De 28 a 30 anos 0204 <input type="checkbox"/> Mais de 30 anos</p> <p>03 - Estado civil</p> <p>0301 <input type="checkbox"/> Casado 0303 <input checked="" type="checkbox"/> Solteiro</p> <p>0302 <input type="checkbox"/> Divorciado 0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Possui filhos?</p> <p>3501 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3502 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>05 - Em caso afirmativo, quantos?</p> <p>0501 <u>04</u></p> <p>06 - Em que empresa trabalha?</p> <p>0601 <input checked="" type="checkbox"/> CAEMA 0602 <input type="checkbox"/> CEMAR</p> <p>07 - Ocupa algum cargo?</p> <p>0701 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 0703 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>08 - Em caso afirmativo quantos?</p> <p>0801 <u>1</u></p> <p>09 - Qual é sua função?</p> <p>0901 <u>tecnico</u></p> <p>10 - Seu conhecimento é suficiente para exercer sua função</p> <p>1001 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1002 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>11 - A empresa oferece cursos profissionalizantes?</p> <p>1101 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1102 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>12 - Você acha importante a capacitação profissional?</p> <p>1201 <input type="checkbox"/> Sim 1202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>13 - A empresa costuma fazer programa de capacitação?</p> <p>1301 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1302 <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>14 - Em quanto tempo costuma fazer os programas?</p> <p>1401 <input checked="" type="checkbox"/> 6 meses 1403 <input type="checkbox"/> 2 anos</p> <p>1402 <input type="checkbox"/> 1 ano 1404 <input type="checkbox"/> Mais de 3 anos</p> <p>15 - Caso afirmativo quantas vezes?</p> <p>1501 <input checked="" type="checkbox"/> Uma vez 1503 <input type="checkbox"/> Três vezes</p> <p>1502 <input type="checkbox"/> Duas vezes 1504 <input type="checkbox"/> quatro vezes</p> <p>16 - Avalie o treinamento?</p> <p>1601 <input checked="" type="checkbox"/> Ótimo 1603 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>1602 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>17 - O treinamento foi importante?</p> <p>1701 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1702 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>18 - Caso afirme, enumere 03 alternativas de 1 a 3 conforme o grau de importância dos resultados de tal importância?</p> <p>1801 <input checked="" type="checkbox"/> Crescimento profissional 1805 <input type="checkbox"/> Crescimento pessoal</p> <p>1802 <input type="checkbox"/> Especialização de tarefa 1806 <input checked="" type="checkbox"/> Orientação profissional</p> <p>1803 <input type="checkbox"/> Auto realização 1807 <input type="checkbox"/> Habilidades</p> <p>1804 <input type="checkbox"/> Maior conhecimento 1808 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>19 - A empresa costuma ministrar cursos profissionalizantes</p> <p>1901 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 1902 <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>20 - Quem ministrou estes cursos profissionalizantes?</p> <p>2001 <input checked="" type="checkbox"/> Empresa especializada 2004 <input type="checkbox"/> Superiores</p> <p>2002 <input type="checkbox"/> Técnicos formados 2005 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>2003 <input type="checkbox"/> Profissionais da área</p> <p>21 - Quanto tempo durou estes cursos?</p> <p>2101 <input checked="" type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2104 <input type="checkbox"/> 7 Meses</p> <p>2102 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses 2105 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>22 - Você gostou dos cursos?</p> <p>2201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>23 - Você gostaria que a empresa oferecesse mais cursos?</p> <p>2301 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2302 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>24 - Qual tempo de duração desses cursos?</p> <p>2401 <input checked="" type="checkbox"/> de 1 a 4 meses 2403 <input type="checkbox"/> de 5 a 6 meses</p> <p>2402 <input type="checkbox"/> de 4 a 5 meses 2404 <input type="checkbox"/> Mais de 6 meses</p>	<p>25 - Você progrediu dentro da empresa com estes cursos profissionalizantes ?</p> <p>2501 <input checked="" type="checkbox"/> sim 2502 <input type="checkbox"/> não</p> <p>26 - Qual foi seu nível de progressão dentro da empresa com a aplicação desses cursos profissionalizantes ?</p> <p>2601 <input type="checkbox"/> Ótimo 2602 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>2603 <input checked="" type="checkbox"/> Razoável 2604 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>2605 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>27 - A empresa passou a valorizar mais o funcionário em qual aspecto:</p> <p>2701 <input checked="" type="checkbox"/> Participativo 2702 <input type="checkbox"/> Comunicativo</p> <p>2703 <input type="checkbox"/> Qualitativo 2704 <input type="checkbox"/> Quantitativo</p> <p>2706 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>28 - A empresa tem interação com os funcionários ?</p> <p>2801 <input type="checkbox"/> Sim 2802 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>2803 <input checked="" type="checkbox"/> As vezes</p> <p>29 - Qual é o nível de interação da empresa com os funcionários?</p> <p>2901 <input checked="" type="checkbox"/> Ótimo 2902 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>2903 <input type="checkbox"/> Razoável 2904 <input type="checkbox"/> Pessimo</p> <p>30 - Você se comunica bem com a empresa que trabalha ?</p> <p>3001 <input type="checkbox"/> Sim 3002 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>3003 <input checked="" type="checkbox"/> As vezes</p> <p>31 - Como é esta comunicação ?</p> <p>3101 <input type="checkbox"/> Ótima 3102 <input type="checkbox"/> Excelente</p> <p>3103 <input type="checkbox"/> Ruim 3104 <input type="checkbox"/> Pessima</p> <p>3105 <input checked="" type="checkbox"/> Razoável 3106 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>32 - Você é sempre informado de mudanças que ocorre na empresa ?</p> <p>3201 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3202 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>33 - Como são passadas estas informações ?</p> <p>3301 <input checked="" type="checkbox"/> Por reuniões 3302 <input type="checkbox"/> E-mail</p> <p>3303 <input type="checkbox"/> Por carta 3304 <input type="checkbox"/> Por telefone</p> <p>3305 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>34 - O programa de excelência costuma ser abordado na empresa que trabalha ?</p> <p>3401 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3402 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>35 - Quais são os resultados que o programa excelência trás a empresa ?</p> <p>3501 <input checked="" type="checkbox"/> Aumenta a satisfação do cliente</p> <p>3502 <input type="checkbox"/> Melhora os resultados da empresa</p> <p>3503 <input type="checkbox"/> Aumenta o crescimento da empresa</p> <p>3504 <input type="checkbox"/> Alcança as metas</p> <p>3505 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>36 - É viável implantar este programa na empresa ?</p> <p>3601 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3602 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>37 - Caso negativo o que você surge para a empresa ?</p> <p>3701 <input type="checkbox"/> Promover reuniões para obter resultados</p> <p>3702 <input type="checkbox"/> Implantar um treinamento na empresa</p> <p>3703 <input type="checkbox"/> Acolher melhor o cliente</p> <p>3704 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>38 - Há quanto tempo sua empresa atua no mercado ?</p> <p>3801 <input type="checkbox"/> 1 ano 3802 <input type="checkbox"/> 2 anos</p> <p>3803 <input type="checkbox"/> 3 anos 3804 <input checked="" type="checkbox"/> 04 anos</p> <p>3805 <input type="checkbox"/> 05 anos 3806 <input checked="" type="checkbox"/> Mais de 5 anos</p> <p>39 - Na empresa é feito um controle de qualidade ?</p> <p>3901 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 3902 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>40 - Em caso afirmativo , como é feito ?</p> <p>4001 <input type="checkbox"/> Por equipe 4002 <input type="checkbox"/> Por fiscais da empresa</p> <p>4003 <input checked="" type="checkbox"/> Por técnicos contratados pela empresa</p>
--	--

- 41 - Qual a periodicidade do controle?
- 4101 Anual 4104 Trimestral
 4102 Bimestral 4105 Semestral
 4103 Mensal
- 42 - Não é feito por que?
- 4201 Falta de Organização
 4202 Falta de controle interno
 4203 Falta de um controle administrativo
 4204 Falta de interesse dos empresários
- 43 - Pro que fazer o controle de qualidade?
- 4301 Aumenta os lucros 4304 Avalia a mão-de-obra
 4302 Reduz o desperdício 4305 outros _____
 4303 Controla as despesas
- 44 - A qualidade influencia na satisfação dos clientes?
- 4401 Sim 4402 Não
- 45 - Na sua empresa é feito um controle de clientela?
- 4501 Sim 4502 Não
 4503 As vezes
- 46 - Qual a periodicidade do controle?
- 4601 Semanal 4602 Semestral
 4603 Bimestral 4604 Trimestral
 4605 Anual
- 47 - A empresa avalia os interesses dos clientes?
- 4701 Sim 4702 Não
 4703 As vezes
- 48 - A empresa aceita sugestões dos clientes?
- 4801 Sim 4802 Não
- 49 - Na sua empresa há clientes satisfeitos?
- 4901 Sim 4902 Não
- 50 - Em caso afirmativo qual é o índice?
- 5001 Muito bom 5002 Ótimo
 5003 Regular 5004 Ruim
 5005 Pessimo
- 51 - A empresa possui programa de satisfação dos clientes?
- 5101 Sim 5102 Não
- 52 - Caso afirmativo, em que um programa contribuirá para a empresa?
- 5201 melhoria continua 5202 Identifica metas
 5203 Delegar tarefas 5204 Motivará as pessoas
- 53 - O que leva a empresa ser fiel com os clientes?
- 5301 Bom atendimento 5302 Produtos de qualidade
 5303 Preços baixo 5304 Ambiente agradável
 5305 Outros _____
- 54 - A empresa costuma manter esses clientes fieis?
- 5401 Sim 5402 Não
- 55 - Caso afirmativo como?
- 5501 Oferecendo bonos 5502 Comodidade
 5503 Praticidade 5504 Preços assceveis
 5505 Bom atendimento
- 56 - A quanto tempo a empresa é fiel a você?
- 5601 3 Anos 5602 4 Anos
 5603 5 Anos 5604 Mais de 6 anos
- 57 - A empresa que você é fiel já lhe proporcionou benefícios?
- 5701 Sim 5702 Não
 5703 As vezes
- 58 - Quais foram estes benefícios?
- 5801 Aumento do salário 5802 Licença provisoria
 5803 Férias extra 5804 Vantagens
- 59 - Estes benefícios que a empresa lhe proporcionou aumentou o grau de fidelização?
- 5901 Sim 5902 Não
- 60 - Em quais aspectos?
- 6001 Qualitativo 6002 Satisfatório
 6003 Participativo 6004 Comunicativo
 6005 Outros _____
- 61 - A empresa procura melhorar estes aspectos quando a fidelização não é alcançada?
- 6101 Sim 6102 Não
 6103 As vezes

- 62 - O que leva a empresa não alcançar o índice de fidelização dos clientes?
- 6201 Má prestação dos serviços e produtos da empresa
 6202 Desinteresse dos administradores da empresa
 6203 Insuficiência de comunicação
 6204 Atendimento não qualificado
- 63 - O que a empresa faz para melhorar este índice?
- 6301 Melhorá o atendimento da empresa
 6302 Melhorá o espaço interno da empresa
 6304 Oferecer produtos de melhor qualidade
 6305 Oferecer vantagens aos clientes
 6306 Outros _____
- 64 - A empresa levanta dados sobre a fidelização do clientes?
- 6401 Sim 6402 Não
- 65 - Em caso afirmativo especifique:
- 6501 _____
- 66 - Na sua empresa é feito um controle sobre o desenvolvimento empresarial?
- 6601 Sim 6602 Não
- 67 - Qual é a periodicidade desse controle?
- 6701 1 Mês 6702 2 Meses
 6703 3 Meses 6704 Mais de 4 meses
- 68 - Qual foi o seu nível durante este controle?
- 6801 Ótimo 6802 Bom
 6803 Ruim 6804 Pessimo
- 69 - A empresa teve um crescimento satisfatório com o desenvolvimento empresarial?
- 6901 Sim 6902 Não
- 70 - Quais foram os setores que se desenvolveram melhor?
- 7001 Administrativo 7002 Financeiro
 7003 Tecnológico 7004 Gerencial
- 71 - O desenvolvimento empresarial deve ser posto em prática na empresa?
- 7101 Sim 7102 Não
- 72 - A empresa não consegue alcançar o desenvolvimento empresarial mediante a quais situações?
- 7201 Perda de clientes
 7202 Perda de grande parte das vendas
 7203 Perda do espaço de mercado
 7204 Taxa de juros muito elevado
 7205 Variação cambial alta
 7206 Outros _____
- 73 - O que deve ser feito para que isto não venha acontecer?
- 7301 Força de vontade dos empresários
 7302 Procurar está sempre inovando suas metas
 7303 Atento as mudanças de mercado
 7304 Atento a crise internacionais
- 74 - Qual é a sua opinião com relação ao desenvolvimento empresarial, mediante todas estas variações?
- 7401 Ótimo 7402 Bom
 7403 Regular 7404 Pessimo
 7405 Ruim
- 75 - Na sua empresa ocorre desenvolvimento empresarial?
- 7501 Sim 7502 Não
- 76 - Caso afirmativo, justifique:
- 7601 _____
- 77 - Que nota você daria ao desenvolvimento empresarial de sua empresa?
- 7601 Nota 10 7602 Nota 07
 7603 Nota 08 7604 Nota 09
 7605 Nota 06 7606 Nota 05
- 77 - Na sua opinião toda empresa deve se desenvolver empresarialmente:
- 7701 sim 7702 Não
- 79 - Caso negativo justifique:
- 7901 _____
- 80 - Com tudo que foi exposto, como você avalia o desenvolvimento empresarial?
- 8001 Ótimo 8002 Muito bom

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para Clientes)

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo até ____/____/____, lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

01 - Sexo	0101 <input type="checkbox"/> Masculino	0102 <input type="checkbox"/> Feminino
02 - Faixa etária	0201 <input type="checkbox"/> Até 20 anos	0204 <input type="checkbox"/> De 41 a 50 anos
	0202 <input type="checkbox"/> De 21 a 30 anos	0205 <input type="checkbox"/> Acima de 50 anos
	0203 <input type="checkbox"/> De 31 a 40 anos	
03 - Estado civil	0301 <input type="checkbox"/> Casado	0303 <input type="checkbox"/> Solteiro
	0302 <input type="checkbox"/> Divorciado	0304 <input type="checkbox"/> Viúvo
04 - Grau de instrução	0401 <input type="checkbox"/> 1º grau incompleto	0404 <input type="checkbox"/> 2º grau completo
	0402 <input type="checkbox"/> 1º grau completo	0405 <input type="checkbox"/> 3º grau incompleto
	0403 <input type="checkbox"/> 2º grau incompleto	0406 <input type="checkbox"/> 3º grau completo
05 - Ocupação principal:	0501 <input type="checkbox"/> Aposentado sindical	0505 <input type="checkbox"/> Autônomo
	0502 <input type="checkbox"/> Aposentado pensionista	0506 <input type="checkbox"/> Estudante
	0503 <input type="checkbox"/> Profissional liberal	0507 <input type="checkbox"/> Funcionário(a) de empresa privada
	0504 <input type="checkbox"/> Funcionário(a) público	
06 - Você é cliente:	0601 <input type="checkbox"/> Pessoa física	0602 <input type="checkbox"/> Pessoa jurídica
07 - Sendo pessoa jurídica:	0701 <input type="checkbox"/> Sócio	0703 <input type="checkbox"/> Proprietário
	0702 <input type="checkbox"/> Gerente	0704 <input type="checkbox"/> Comprador
08 - Em que empresa você solicita produtos e serviços ?	0801 <input type="checkbox"/> Cemar	0803 <input type="checkbox"/> Correios
	0802 <input type="checkbox"/> Caema	
09 - Qual o canal de comunicação entre você e esta empresa:	0901 <input type="checkbox"/> Contatos pessoais	0903 <input type="checkbox"/> Telefone
	0902 <input type="checkbox"/> Contato por funcionário	0904 <input type="checkbox"/> Outro _____
10 - Com que frequência você utiliza os serviços/produtos desta empresa ?	1001 <input type="checkbox"/> Diariamente	1004 <input type="checkbox"/> Mensalmente
	1002 <input type="checkbox"/> Semanalmente	1005 <input type="checkbox"/> Bimestralmente
	1003 <input type="checkbox"/> Quinzenalmente	1006 <input type="checkbox"/> Semestralmente
11 - Onde você obteve informação sobre esta empresa ?	1101 <input type="checkbox"/> Através de amigos	
	1102 <input type="checkbox"/> Recebeu uma visita dos funcionários da empresa	
	1103 <input type="checkbox"/> Anúncio no rádio	
	1104 <input type="checkbox"/> Anúncio na TV	
	1105 <input type="checkbox"/> Lista telefônica	
	1106 <input type="checkbox"/> Classificados em jornais	
12 - Você escolheu esta empresa por causa de:	1201 <input type="checkbox"/> Qualidade nos produtos	1206 <input type="checkbox"/> Qualidade nos serviços
	1202 <input type="checkbox"/> Amizade	1207 <input type="checkbox"/> Marca
	1203 <input type="checkbox"/> Organização	1208 <input type="checkbox"/> Atendimento
	1204 <input type="checkbox"/> Facilidade	1209 <input type="checkbox"/> Parentesco
	1205 <input type="checkbox"/> Preços	1210 <input type="checkbox"/> Outro _____
13 - O que você gostaria de encontrar nesta empresa. Além dos produtos e serviços já oferecidos ?	1301 <input type="checkbox"/> Amizade	1303 <input type="checkbox"/> Atenção
	1302 <input type="checkbox"/> Companheirismo	1304 <input type="checkbox"/> Confiança
14 - Como você ver o ambiente de trabalho desta empresa, marque quantas achar necessárias ?	1401 <input type="checkbox"/> Ambiente seguro	1405 <input type="checkbox"/> Ambiente inseguro
	1402 <input type="checkbox"/> Motivador	1406 <input type="checkbox"/> Desmotivador
	1403 <input type="checkbox"/> Organizado	1407 <input type="checkbox"/> Desorganizado
	1404 <input type="checkbox"/> Agradável	1408 <input type="checkbox"/> Desagradável
15 - Qual benefício esta empresa lhe traz ?	1501 <input type="checkbox"/> Comodidade	1503 <input type="checkbox"/> Satisfação
	1502 <input type="checkbox"/> Confiabilidade	1504 <input type="checkbox"/> Nenhum
16 - Como você avalia as instalações físicas da empresa em pesquisa:	1601 <input type="checkbox"/> Ótima	1603 <input type="checkbox"/> Regular
	1602 <input type="checkbox"/> Boa	1604 <input type="checkbox"/> Ruim
17 - Na hora de solicitar rapidamente o produto e serviço o que você faz	1701 <input type="checkbox"/> Vou a empresa e escolho logo o produto e o serviço	
	1702 <input type="checkbox"/> Vai logo solicitando os serviços e os produtos	
	1703 <input type="checkbox"/> Liga por telefone e pede os produtos e os serviços	
	1704 <input type="checkbox"/> Entrar em contato com a empresa e solicita logo	
18 - Ao ir na empresa de sua escolha, o que você mais solicita marque quantas você quiser ?	1801 <input type="checkbox"/> Um bom atendimento	1809 <input type="checkbox"/> Pessoas alegres
	1802 <input type="checkbox"/> Pessoas treinadas	1810 <input type="checkbox"/> Boa localização
	1803 <input type="checkbox"/> Pessoas comunicativas	1811 <input type="checkbox"/> Juros mais baixo
	1804 <input type="checkbox"/> Ambiente organizado	1812 <input type="checkbox"/> Confiabilidade
	1805 <input type="checkbox"/> Maior credibilidade	1813 <input type="checkbox"/> Mais segurança
	1806 <input type="checkbox"/> Maior espaço interno	1814 <input type="checkbox"/> Mais autonomia
	1807 <input type="checkbox"/> Informatização	1815 <input type="checkbox"/> Menos burocracia
	1808 <input type="checkbox"/> Credibilidade	1816 <input type="checkbox"/> Outros _____
19 - É importante o superior se fazer conhecer e está interagindo com o cliente, por que ?	1901 <input type="checkbox"/> Dar mais segurança	1904 <input type="checkbox"/> É conveniente
	1902 <input type="checkbox"/> Dar mais confiabilidade	1905 <input type="checkbox"/> Outro _____
	1903 <input type="checkbox"/> Dar mais credibilidade	
20 - Quais as características marcante do seu prestador de serviços e e produtos marque quantas julgar necessárias:	2001 <input type="checkbox"/> Preços acessíveis	2004 <input type="checkbox"/> Comprometimento
	2002 <input type="checkbox"/> Atendimento diferenciado	2005 <input type="checkbox"/> Responsabilidade
	2003 <input type="checkbox"/> Valorização do cliente	2006 <input type="checkbox"/> Outro _____
21 - Qual o envolvimento do seu prestador de serviços na solução de suas necessidades:	2101 <input type="checkbox"/> Satisfatória	2104 <input type="checkbox"/> Insatisfatória
	2102 <input type="checkbox"/> Muito bom	2105 <input type="checkbox"/> Regular
	2103 <input type="checkbox"/> Bom	2106 <input type="checkbox"/> Ruim
22 - Qual a sua impressão sobre os atendentes da empresa em pesquisa:	2201 <input type="checkbox"/> Ótima	2203 <input type="checkbox"/> Regular
	2202 <input type="checkbox"/> Boa	2204 <input type="checkbox"/> Ruim
23 - Como você avalia o atendimento desta empresa ?	2301 <input type="checkbox"/> Cortês/Personalizado	2303 <input type="checkbox"/> Frio/Muito rápido
	2302 <input type="checkbox"/> Displícente/Duvidoso	2304 <input type="checkbox"/> Lento/Impessoal
24 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento de ser atendido ?	2401 <input type="checkbox"/> Sim	2403 <input type="checkbox"/> Às vezes
	2402 <input type="checkbox"/> Não	
25 - Caso afirmativo, por que ?	2501 <input type="checkbox"/> Agiliza o atendimento	2503 <input type="checkbox"/> Maior confiabilidade
	2502 <input type="checkbox"/> Maior credibilidade	2504 <input type="checkbox"/> Outros _____
26 - Em caso negativo, por que ?	2601 <input type="checkbox"/> Apresenta problema	
	2602 <input type="checkbox"/> Funcionários despreparados	
	2603 <input type="checkbox"/> Tecnologia ultrapassada	
	2604 <input type="checkbox"/> Outros _____	
27 - Qual o seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento:	2701 <input type="checkbox"/> Ótimo	2703 <input type="checkbox"/> Regular
	2702 <input type="checkbox"/> Bom	2704 <input type="checkbox"/> Ruim
28 - Qual o perfil de um atendimento, marque até 03 opções:	2801 <input type="checkbox"/> Atencioso	2805 <input type="checkbox"/> Qualificado
	2802 <input type="checkbox"/> Bem informado	2806 <input type="checkbox"/> Tem poder de decisão
	2803 <input type="checkbox"/> Bem humorado	2807 <input type="checkbox"/> Tem responsabilidade
	2804 <input type="checkbox"/> Ágil no atendimento	2808 <input type="checkbox"/> Outro _____

29 - Qual o contato estabelecido entre o funcionário e o cliente mesmo depois da prestação dos serviços

- 2901 Relacionamento de amizade
2902 Verdadeiros companheiros
2903 Interação e troca
2904 Nenhum

30 - A empresa demonstra preocupação com sua satisfação ?

- 3001 Sim
3002 Não
3003 Às vezes

31 - Em caso afirmativo, identifique na ordem importância, marque os mais importantes ?

- 3101 Passou a confiar mais
3102 Demonstra respeito
3103 Demonstra responsabilidade
3104 Fica tranquila/segura
3105 Sobe minha auto-estima

32 - Você recebe ou já recebeu um atendimento diferenciado ?

- 3201 Sim
3202 Não
3203 Às vezes

33 - Em caso afirmativo, identifique na ordem importância, mencione alguns itens que leva a acreditar nisso:

- 3301 É sempre informado das novidades
3302 É sugerido a dar informações
3303 Tem pronto atendimento
3304 É consultado sobre sua satisfação

34 - Relacione o atendimento desta empresa com relação a outras empresas:

- 3401 Excelente
3402 Muito bom
3403 Bom
3404 Regular
3405 Ruim
3406 Precisa Melhorar

35 - Você já se sentiu discriminado por esta empresa ?

- 3501 Sim
3502 Não

36 - Caso afirmativo, por Quem?

- 3601 Proprietário
3602 Gerente
3603 Atendente
3604 Vendedor
3605 Outros Funcionários

37 - Após Atendimento indevido, você reinviu seus direitos ?

- 3701 Sim
3702 Não

38 - Caso afirmativo, responda a solução tomada foi :

- 3801 A seu favor
3802 A favor da empresa
3803 Ainda não foi resolvido
3804 Bom para ambas as partes

39 - Para você ser um cliente fiel, o que a empresa precisa fazer ?

- 3901 Atendimento diferenciado
3902 Flexibilidade nas condições de pagamento
3903 Confiança nos produtos e serviços
3904 Respeito e transparência nas informações
3905 Preços acessíveis
3906 Pontualidade nos prazos de entrega
3907 Qualidade diferenciada nos produtos e serviços

40 - Em relação o novo produto e serviço, a empresa prestar alguma informação para você ?

- 4001 Em qualquer situação
4002 Na solicitação do serviço
4003 Não presta informação
4004 Fico sabendo por acaso

41 - Assinale os pontos fracos dos produtos e serviços desta empresa ?

- 4101 Juros elevados
4102 Falta de opções de pagamento
4103 Demora na solicitação dos serviços
4104 Falta de opções de prazo
4105 Tecnologia ultrapassada
4106 Atendimento
4107 Outro

42 - Quais os aspectos que você costuma usar no momento de escolher o produto e serviços ?

- 4201 Pela qualidade
4202 Pelo atendimento
4203 Por maior disponibilidade
4204 Por impulso
4205 Decide na hora

43 - Existe facilidade para solicitar os produtos e serviços nestas empresas:

- 4301 Sim
4303 Não

44 - Quando você resolve complementar seus produtos e serviços solicitados em outras empresas, é por que ?

- 4401 Tem menores juros
4402 Não tem burocracia
4403 Facilidade na entrega
4404 Atendimento diferenciado
4405 A qualidade é diferente
4406 Outros

45 - De que forma você costuma fazer seu pagamento ?

- 4501 Cartão de Crédito
4502 Cheque
4503 Fatura
4504 Boleto bancário
4505 Dinheiro
4506 Outro

46 - Na ordem de importância, enumere quantas achar necessário. Quais dos nossos serviços precisam ser melhorado ?

- 4601 Informática
4602 Atendimento
4603 Comunicação
4604 Organização
4605 Aparência dos funcionários
4606 Sinalização
4607 Sistema de caixa
4608 Sistema de vigilância
4609 Decoração do ambiente
4610 Recepção
4611 Outros

47 - Ao fazer reclamação, qual a atitude da empresa em análise:

- 4701 Atenciosa
4702 Imparcial
4703 Soluciona problema
4704 Registra o fato
4705 Não resolve
4706 Investigar a situação

48 - Para você fugir rapidinho de uma empresa, enumere na ordem de importância até 5 vezes:

- 4801 Ambiente desorganizado
4802 Demora na solução de problemas
4803 Passa e repassa e ninguém resolve o problema
4804 Funcionários discutindo sem se entender
4805 Falta de autoridade confiável
4806 Funcionários desinformado

49 - De que forma você se lembrando pela empresa ?

- 4901 Sempre
4902 Nunca
4903 Na solicitação
4904 Solicitação de serviços
4905 Lançamento de promoções
4906 Data do meu aniversário
4907 Não é lembrado
4908 Outro

50 - Você está satisfeito com os produtos/serviços oferecidos por esta empresa ?

- 5001 Sim
5003 Não
5002 Por que

51 - Em caso negativo o que poderíamos fazer para melhorar ?

- 5101 Atender melhor
5102 Criar promoções
5103 Melhorar o espaço
5104 Oferecer mais itens
5105 Promover mais prazo
5106 Outro

52 - Na sua opinião, para conseguirmos mais clientes o que deveríamos fazer ?

- 5201 Pedir sugestão aos clientes
5202 Promover o cliente
5203 Mais propaganda
5204 Menor taxa de juros
5205 Mais atendimento

53 - Na sua opinião, cliente satisfeito é um cliente fiel ?

- 5301 Sim
5302 Não

54 - Você é fiel a esta empresa ?

- 5401 Sim
5402 Não

55 - Para que os clientes sejam fiéis à nossa empresa, ela precisa ser; marque as que julgar necessárias:

- 5501 Organizada
5502 Agradável
5503 Calorosa
5504 Atendimento diferenciado
5505 Transparente
5506 Responsável
5507 Agilidade dos serviços
5508 Outros

56 - Você já teve algum problema com esta organização :

- 5601 Sim
5602 Não

57 - Caso afirmativo, foi resolvido o problema ?

- 5701 Sim
5702 Não

58 - Você recomenda os nossos serviços/produtos a outros:

- 5801 Sim
5802 Não

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para Clientes)

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo

até ____/____/____, lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo</p> <p>0101 <input checked="" type="checkbox"/> Masculino 0102 <input type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária</p> <p>0201 <input type="checkbox"/> Até 20 anos 0204 <input type="checkbox"/> De 41 a 50 anos</p> <p>0202 <input checked="" type="checkbox"/> De 21 a 30 anos 0205 <input type="checkbox"/> Acima de 50 anos</p> <p>0203 <input type="checkbox"/> De 31 a 40 anos</p> <p>03 - Estado civil</p> <p>0301 <input checked="" type="checkbox"/> Casado 0303 <input type="checkbox"/> Solteiro</p> <p>0302 <input type="checkbox"/> Divorciado 0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Grau de instrução</p> <p>0401 <input type="checkbox"/> 1º grau incompleto 0404 <input type="checkbox"/> 2º grau completo</p> <p>0402 <input type="checkbox"/> 1º grau completo 0405 <input checked="" type="checkbox"/> 3º grau incompleto</p> <p>0403 <input type="checkbox"/> 2º grau completo 0406 <input type="checkbox"/> 3º grau completo</p> <p>05 - Ocupação principal:</p> <p>0501 <input type="checkbox"/> Aposentado sindical 0505 <input type="checkbox"/> Autônomo</p> <p>0502 <input type="checkbox"/> Aposentado pensionista 0506 <input type="checkbox"/> Estudante</p> <p>0503 <input type="checkbox"/> Profissional liberal 0507 <input type="checkbox"/> Funcionário(a) de empresa</p> <p>0504 <input checked="" type="checkbox"/> Funcionário(a) público <input type="checkbox"/> privada</p> <p>06 - Você é cliente:</p> <p>0601 <input checked="" type="checkbox"/> Pessoa física 0602 <input type="checkbox"/> Pessoa jurídica</p> <p>07 - Sendo pessoa jurídica:</p> <p>0701 <input type="checkbox"/> Sócio 0703 <input type="checkbox"/> Proprietário</p> <p>0702 <input type="checkbox"/> Gerente 0704 <input type="checkbox"/> Comprador</p> <p>08 - Em que empresa você solicita produtos e serviços ?</p> <p>0801 <input checked="" type="checkbox"/> Cemar 0803 <input type="checkbox"/> Correios</p> <p>0802 <input type="checkbox"/> Caema</p> <p>09 - Qual o canal de comunicação entre você e esta empresa:</p> <p>0901 <input checked="" type="checkbox"/> Contatos pessoais 0903 <input type="checkbox"/> Telefone</p> <p>0902 <input type="checkbox"/> Contato por funcionário 0904 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>10 - Com que frequência você utiliza os serviços/produtos desta empresa ?</p> <p>1001 <input checked="" type="checkbox"/> Diariamente 1004 <input type="checkbox"/> Mensalmente</p> <p>1002 <input type="checkbox"/> Semanalmente 1005 <input type="checkbox"/> Bimestralmente</p> <p>1003 <input type="checkbox"/> Quinzenalmente 1006 <input type="checkbox"/> Semestralmente</p> <p>11 - Onde você obteve informação sobre esta empresa ?</p> <p>1101 <input type="checkbox"/> Através de amigos</p> <p>1102 <input checked="" type="checkbox"/> Recebeu uma visita dos funcionários da empresa</p> <p>1103 <input type="checkbox"/> Anúncio no rádio</p> <p>1104 <input type="checkbox"/> Anúncio na TV</p> <p>1105 <input type="checkbox"/> Lista telefônica</p> <p>1106 <input type="checkbox"/> Classificados em jornais</p> <p>12 - Você escolheu esta empresa por causa de:</p> <p>1201 <input type="checkbox"/> Qualidade nos produtos 1206 <input checked="" type="checkbox"/> Qualidade nos serviços</p> <p>1202 <input type="checkbox"/> Amizade 1207 <input type="checkbox"/> Marca</p> <p>1203 <input type="checkbox"/> Organização 1208 <input type="checkbox"/> Atendimento</p> <p>1204 <input type="checkbox"/> Facilidade 1209 <input type="checkbox"/> Parentesco</p> <p>1205 <input type="checkbox"/> Preços 1210 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>13 - O que você gostaria de encontrar nesta empresa. Além dos produtos e serviços já oferecidos ?</p> <p>1301 <input type="checkbox"/> Amizade 1303 <input checked="" type="checkbox"/> Atenção</p> <p>1302 <input type="checkbox"/> Companheirismo 1304 <input type="checkbox"/> Confiança</p> <p>14 - Como você ver o ambiente de trabalho desta empresa, marque quantas achar necessárias ?</p> <p>1401 <input checked="" type="checkbox"/> Ambiente seguro 1405 <input type="checkbox"/> Ambiente inseguro</p> <p>1402 <input type="checkbox"/> Motivador 1406 <input type="checkbox"/> Desmotivador</p> <p>1403 <input checked="" type="checkbox"/> Organizado 1407 <input type="checkbox"/> Desorganizado</p> <p>1404 <input checked="" type="checkbox"/> Agradável 1408 <input type="checkbox"/> Desagradável</p> <p>15 - Qual benefício esta empresa lhe traz ?</p> <p>1501 <input checked="" type="checkbox"/> Confortabilidade 1503 <input type="checkbox"/> Satisfação</p> <p>1502 <input type="checkbox"/> Confiabilidade 1504 <input type="checkbox"/> Nenhum</p>	<p>16 - Como você avalia as instalações físicas da empresa em pesquisa:</p> <p>1601 <input type="checkbox"/> Ótima 1603 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>1602 <input checked="" type="checkbox"/> Boa 1604 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>17 - Na hora de solicitar rapidamente o produto e serviço o que você fez ?</p> <p>1701 <input checked="" type="checkbox"/> Vou a empresa e escolho logo o produto e o serviço</p> <p>1702 <input type="checkbox"/> Vai logo solicitando os serviços e os produtos</p> <p>1703 <input type="checkbox"/> Liga por telefone e pede os produtos e os serviços</p> <p>1704 <input type="checkbox"/> Entrar em contato com a empresa e solicita logo</p> <p>18 - Ao ir na empresa de sua escolha, o que você mais solicita marque quantas você quiser ?</p> <p>1801 <input checked="" type="checkbox"/> Um bom atendimento 1809 <input type="checkbox"/> Pessoas alegres</p> <p>1802 <input type="checkbox"/> Pessoas treinadas 1810 <input checked="" type="checkbox"/> Boa localização</p> <p>1803 <input checked="" type="checkbox"/> Pessoas comunicativas 1811 <input checked="" type="checkbox"/> Juros mais baixo</p> <p>1804 <input type="checkbox"/> Ambiente organizado 1812 <input checked="" type="checkbox"/> Confiabilidade</p> <p>1805 <input checked="" type="checkbox"/> Maior credibilidade 1813 <input checked="" type="checkbox"/> Mais segurança</p> <p>1806 <input type="checkbox"/> Maior espaço interno 1814 <input type="checkbox"/> Mais autonomia</p> <p>1807 <input type="checkbox"/> Informatização 1815 <input checked="" type="checkbox"/> Menos burocracia</p> <p>1808 <input checked="" type="checkbox"/> Credibilidade 1816 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>19 - É importante o superior se fazer conhecer e está interagindo com o cliente, por que ?</p> <p>1901 <input type="checkbox"/> Dar mais segurança 1904 <input type="checkbox"/> É conveniente</p> <p>1902 <input checked="" type="checkbox"/> Dar mais confiabilidade 1905 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>1903 <input type="checkbox"/> Dar mais credibilidade</p> <p>20 - Quais as características marcante do seu prestador de serviços e produtos marque quantas julgar necessárias:</p> <p>2001 <input checked="" type="checkbox"/> Preços acessíveis 2004 <input type="checkbox"/> Comprometimento</p> <p>2002 <input type="checkbox"/> Atendimento diferenciado 2005 <input checked="" type="checkbox"/> Responsabilidade</p> <p>2003 <input type="checkbox"/> Valorização do cliente 2006 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>21 - Qual o envolvimento do seu prestador de serviços na solução de suas necessidades:</p> <p>2101 <input type="checkbox"/> Satisfatória 2104 <input type="checkbox"/> Insatisfatória</p> <p>2102 <input checked="" type="checkbox"/> Muito bom 2105 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>2103 <input type="checkbox"/> Bom 2106 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>22 - Qual a sua impressão sobre os atendentes da empresa em pesquisa:</p> <p>2201 <input type="checkbox"/> Ótima 2203 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>2202 <input checked="" type="checkbox"/> Boa 2204 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>23 - Como você avalia o atendimento desta empresa ?</p> <p>2301 <input checked="" type="checkbox"/> Cortês/Personalizado 2303 <input type="checkbox"/> Frio/Muito rápido</p> <p>2302 <input type="checkbox"/> Displícite/Duvidoso 2304 <input type="checkbox"/> Lento/Impessoal</p> <p>24 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento de ser atendido ?</p> <p>2401 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2403 <input type="checkbox"/> Às vezes</p> <p>2402 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>25 - Caso afirmativo, por que ?</p> <p>2501 <input checked="" type="checkbox"/> Agiliza o atendimento 2503 <input type="checkbox"/> Maior confiabilidade</p> <p>2502 <input type="checkbox"/> Maior credibilidade 2504 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>26 - Em caso negativo, por que ?</p> <p>2601 <input type="checkbox"/> Apresenta problema</p> <p>2602 <input type="checkbox"/> Funcionários despreparados</p> <p>2603 <input type="checkbox"/> Tecnologia ultrapassada</p> <p>2604 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>27 - Qual o seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento:</p> <p>2701 <input type="checkbox"/> Ótimo 2703 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>2702 <input checked="" type="checkbox"/> Bom 2704 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>28 - Qual o perfil de um atendimento, marque até 03 opções:</p> <p>2801 <input checked="" type="checkbox"/> Atencioso 2805 <input type="checkbox"/> Qualificado</p> <p>2802 <input checked="" type="checkbox"/> Bem informado 2806 <input type="checkbox"/> Tem poder de decisão</p> <p>2803 <input type="checkbox"/> Bem humorado 2807 <input type="checkbox"/> Tem responsabilidade</p> <p>2804 <input checked="" type="checkbox"/> Ágil no atendimento 2808 <input type="checkbox"/> Outro _____</p>
<p>29 - Qual o contato estabelecido entre o funcionário e o cliente mes-</p>	<p>44 - Quando você resolve complementar seus produtos e serviços</p>

CLIENTE CEMAR

mo depois da prestação dos serviços

- 2901 Relacionamento de amizade
 2902 Verdadeiros companheiros
 2903 Interação e troca
 2904 Nenhum
- 30 - **A empresa demonstra preocupação com sua satisfação ?**
 3001 Sim 3003 Às vezes
 3002 Não
- 31 - **Em caso afirmativo, identifique na ordem importância, marque os mais importantes ?**
 3101 Passou a confiar mais
 3102 Demonstra respeito
 3103 Demonstra responsabilidade
 3104 Fica tranquila/segura
 3105 Sobe minha auto-estima
- 32 - **Você recebe ou já recebeu um atendimento diferenciado ?**
 3201 Sim 3203 Às vezes
 3202 Não
- 33 - **Em Caso afirmativo, identifique na ordem importância, mencione alguns itens que leva a acreditar nisso:**
 3301 É sempre informado das novidades
 3302 É sugerido a dar informações
 3303 Tem pronto atendimento
 3304 É consultado sobre sua satisfação
- 34 - **Relacione o atendimento desta empresa com relação a outras empresas:**
 3401 Excelente 3404 Regular
 3402 Muito bom 3405 Ruim
 3403 Bom 3406 Precisa Melhorar
- 35 - **Você já se sentiu discriminado por esta empresa ?**
 3501 Sim 3502 Não
- 36 - **Caso afirmativo, por Quem ?**
 3601 Proprietário 3604 Vendedor
 3602 Gerente 3605 Outros Funcionários
 3603 Atendente
- 37 - **Após Atendimento indevido, você reinviu seus direitos ?**
 3701 Sim 3702 Não
- 38 - **Caso Afirmativo, responda a solução tomada foi :**
 3801 A seu favor 3803 Ainda não foi resolvido
 3802 A favor da empresa 3804 Bom para ambas as partes
- 39 - **Para você ser um cliente fiel, o que a empresa precisa fazer ?**
 3901 Atendimento diferenciado
 3902 Flexibilidade nas condições de pagamento
 3903 Confiança nos produtos e serviços
 3904 Respeito e transparência nas informações
 3905 Preços acessíveis
 3906 Pontualidade nos prazos de entrega
 3907 Qualidade diferenciada nos produtos e serviços
- 40 - **Em relação o novo produto e serviço, a empresa prestar alguma informação para você ?**
 4001 Em qualquer situação 4003 Não presta informação
 4002 Na solicitação do serviço 4004 Fico sabendo por acaso
- 41 - **Assinale os pontos fracos dos produtos e serviços desta empresa ?**
 4101 Juros elevados
 4102 Falta de opções de pagamento
 4103 Demora na solicitação dos serviços
 4104 Falta de opções de prazo
 4105 Tecnologia ultrapassada
 4106 Atendimento
 4707 Outro
- 42 - **Quais os aspectos que você costuma usar no momento de escolher o produto e serviços ?**
 4201 Pela qualidade 4204 Por impulso
 4202 Pelo atendimento 4205 Decide na hora
 4203 Por maior disponibilidade
- 43 - **Existe facilidade para solicitar os produtos e serviços nestas empresas:**
 4301 Sim 4303 Não

solicitados em outras empresas, é por que ?

- 4401 Tem menores juros 4404 Atendimento diferenciado
 4402 Não tem burocracia 4405 A qualidade é diferente
 4403 Facilidade na entrega 4406 Outros
- 45 - **De que forma você costuma fazer seu pagamento ?**
 4501 Cartão de Crédito 4504 Boleto bancário
 4502 Cheque 4505 Dinheiro
 4503 Fatura 4506 Outro
- 46 - **Na ordem de importância, enumere quantas achar necessário. Quais dos nossos serviços precisam ser melhorado ?**
 4601 1 Informatica
 4602 2 Atendimento
 4603 3 Comunicação
 4604 4 Organização
 4605 5 Aparência dos funcionários
 4606 6 Sinalização
 4607 Sistema de caixa
 4608 Sistema de vigilância
 4609 Decoração do ambiente
 4610 7 Recepção
 4611 Outros
- 47 - **Ao fazer reclamação, qual a atitude da empresa em análise:**
 4701 Atenciosa 4704 Registra o fato
 4702 Imparcial 4705 Não resolve
 4703 Soluciona problema 4706 Investigar a situação
- 48 - **Para você fugir rapidinho de uma empresa, enumere na ordem de importância até 5 vezes:**
 4801 1 Ambiente desorganizado
 4802 2 Demora na solução de problemas
 4803 3 Passa e repassa e ninguém resolve o problema
 4804 4 Funcionários discutindo sem se entender
 4805 5 Falta de autoridade confiável
 4806 6 Funcionários desinformado
- 49 - **De que forma você e lembrando pela empresa ?**
 4901 Sempre 4905 Lançamento de promoções
 4902 Nunca 4906 Data do meu aniversário
 4903 Na solicitação 4907 Não é lembrado
 4904 Solicitação de serviços 4908 Outro
- 50 - **Você está satisfeito com os produtos/serviços oferecidos por esta empresa ?**
 5001 Sim 5003 Não
 5002 Por que
- 51 - **Em caso negativo o que poderíamos fazer para melhorar ?**
 5101 Atender melhor 5104 Oferecer mais itens
 5102 Criar promoções 5105 Promover mais prazo
 5103 Melhorar o espaço 5106 Outro
- 52 - **Na sua opinião, para consertarmos mais clientes o que deveríamos fazer ?**
 5201 Pedir sugestão aos clientes
 5202 Promover o cliente
 5203 Mais propaganda
 5204 Menor taxa de juros
 5205 Mais atendimento
- 53 - **Na sua opinião, cliente satisfeito é um cliente fiel ?**
 5301 Sim 5302 Não
- 54 - **Você é fiel a esta empresa ?**
 5401 Sim 5402 Não
- 55 - **Para que os clientes sejam fiéis à nossa empresa, ela precisa ser; marque as que julgar necessárias:**
 5501 Organizada 5505 Transparente
 5502 Agradável 5506 Responsável
 5503 Calorosa 5507 Agilidade dos serviços
 5504 Atendimento diferenciado 5508 Outros
- 56 - **Você já teve algum problema com esta organização :**
 5601 Sim 5602 Não
- 57 - **Caso afirmativo, foi resolvido o problema ?**
 5701 Sim 5702 Não
- 58 - **Você recomenda os nossos serviços/produtos a outros:**
 5801 Sim 5802 Não

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para Clientes)

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo

até ____/____/____, lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo 101 <input checked="" type="checkbox"/> Masculino 102 <input type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária 201 <input checked="" type="checkbox"/> Até 20 anos 202 <input type="checkbox"/> De 21 a 30 anos 203 <input type="checkbox"/> De 31 a 40 anos 204 <input type="checkbox"/> De 41 a 50 anos 205 <input type="checkbox"/> Acima de 50 anos</p> <p>03 - Estado civil 301 <input type="checkbox"/> Casado 302 <input type="checkbox"/> Divorciado 303 <input checked="" type="checkbox"/> Solteiro 304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Grau de instrução 401 <input type="checkbox"/> 1º grau incompleto 402 <input type="checkbox"/> 1º grau completo 403 <input checked="" type="checkbox"/> 2º grau incompleto 404 <input type="checkbox"/> 2º grau completo 405 <input type="checkbox"/> 3º grau incompleto 406 <input type="checkbox"/> 3º grau completo</p> <p>05 - Ocupação principal: 501 <input type="checkbox"/> Aposentado sindical 502 <input type="checkbox"/> Aposentado pensionista 503 <input type="checkbox"/> Profissional liberal 504 <input type="checkbox"/> Funcionário(a) público 505 <input type="checkbox"/> Autônomo 506 <input checked="" type="checkbox"/> Estudante 507 <input type="checkbox"/> Funcionário(a) de empresa privada</p> <p>06 - Você é cliente: 601 <input checked="" type="checkbox"/> Pessoa física 602 <input type="checkbox"/> Pessoa jurídica</p> <p>07 - Sendo pessoa jurídica: 701 <input type="checkbox"/> Sócio 702 <input type="checkbox"/> Gerente 703 <input type="checkbox"/> Proprietário 704 <input type="checkbox"/> Comprador</p> <p>08 - Em que empresa você solicita produtos e serviços ? 801 <input checked="" type="checkbox"/> Cemar 802 <input type="checkbox"/> Caema 803 <input type="checkbox"/> Correios</p> <p>09 - Qual o canal de comunicação entre você e esta empresa: 901 <input checked="" type="checkbox"/> Contatos pessoais 902 <input type="checkbox"/> Contato por funcionário 903 <input type="checkbox"/> Telefone 904 <input type="checkbox"/> Outro</p> <p>10 - Com que frequência você utiliza os serviços/produtos desta empresa ? 1001 <input checked="" type="checkbox"/> Diariamente 1002 <input type="checkbox"/> Semanalmente 1003 <input type="checkbox"/> Quinzenalmente 1004 <input type="checkbox"/> Mensalmente 1005 <input type="checkbox"/> Bimestralmente 1006 <input type="checkbox"/> Semestralmente</p> <p>11 - Onde você obteve informação sobre esta empresa ? 1101 <input checked="" type="checkbox"/> Através de amigos 1102 <input type="checkbox"/> Recebeu uma visita dos funcionários da empresa 1103 <input type="checkbox"/> Anúncio no rádio 1104 <input type="checkbox"/> Anúncio na TV 1105 <input type="checkbox"/> Lista telefônica 1106 <input type="checkbox"/> Classificados em jornais</p> <p>12 - Você escolheu esta empresa por causa de: 1201 <input type="checkbox"/> Qualidade nos produtos 1202 <input type="checkbox"/> Amizade 1203 <input type="checkbox"/> Organização 1204 <input type="checkbox"/> Facilidade 1205 <input type="checkbox"/> Preços 1206 <input type="checkbox"/> Qualidade nos serviços 1207 <input checked="" type="checkbox"/> Marca 1208 <input type="checkbox"/> Atendimento 1209 <input type="checkbox"/> Parentesco 1210 <input type="checkbox"/> Outro</p> <p>13 - O que você gostaria de encontrar nesta empresa. Além dos produtos e serviços já oferecidos ? 1301 <input type="checkbox"/> Amizade 1302 <input type="checkbox"/> Companheirismo 1303 <input type="checkbox"/> Atenção 1304 <input checked="" type="checkbox"/> Confiança</p> <p>14 - Como você ver o ambiente de trabalho desta empresa, marque quantas achar necessárias ? 1401 <input type="checkbox"/> Ambiente seguro 1402 <input type="checkbox"/> Motivador 1403 <input type="checkbox"/> Organizado 1404 <input checked="" type="checkbox"/> Agradável 1405 <input type="checkbox"/> Ambiente inseguro 1406 <input type="checkbox"/> Desmotivador 1407 <input type="checkbox"/> Desorganizado 1408 <input type="checkbox"/> Desagradável</p> <p>15 - Qual benefício esta empresa lhe traz ? 1501 <input type="checkbox"/> Comodidade 1502 <input type="checkbox"/> Confiabilidade 1503 <input checked="" type="checkbox"/> Satisfação 1504 <input type="checkbox"/> Nenhum</p>	<p>16 - Como você avalia as instalações físicas da empresa em pesquisa: 1601 <input type="checkbox"/> Ótima 1602 <input checked="" type="checkbox"/> Boa 1603 <input type="checkbox"/> Regular 1604 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>17 - Na hora de solicitar rapidamente o produto e serviço o que você faz ? 1701 <input type="checkbox"/> Vou a empresa e escolho logo o produto e o serviço 1702 <input type="checkbox"/> Vai logo solicitando os serviços e os produtos 1703 <input checked="" type="checkbox"/> Liga por telefone e pede os produtos e os serviços 1704 <input type="checkbox"/> Entrar em contato com a empresa e solicita logo</p> <p>18 - Ao ir na empresa de sua escolha, o que você mais solicita marque quantas você quiser ? 1801 <input checked="" type="checkbox"/> Um bom atendimento 1802 <input type="checkbox"/> Pessoas treinadas 1803 <input type="checkbox"/> Pessoas comunicativas 1804 <input type="checkbox"/> Ambiente organizado 1805 <input type="checkbox"/> Maior credibilidade 1806 <input type="checkbox"/> Maior espaço interno 1807 <input type="checkbox"/> Informatização 1808 <input type="checkbox"/> Credibilidade 1809 <input type="checkbox"/> Pessoas alegres 1810 <input type="checkbox"/> Boa localização 1811 <input type="checkbox"/> Juros mais baixo 1812 <input type="checkbox"/> Confiabilidade 1813 <input type="checkbox"/> Mais segurança 1814 <input type="checkbox"/> Mais autonomia 1815 <input type="checkbox"/> Menos burocracia 1816 <input type="checkbox"/> Outros</p> <p>19 - É importante o superior se fazer conhecer e está interagindo com o cliente, por que ? 1901 <input type="checkbox"/> Dar mais segurança 1902 <input checked="" type="checkbox"/> Dar mais confiabilidade 1903 <input type="checkbox"/> Dar mais credibilidade 1904 <input type="checkbox"/> É conveniente 1905 <input type="checkbox"/> Outro</p> <p>20 - Quais as características marcante do seu prestador de serviços e produtos marque quantas julgar necessárias: 2001 <input type="checkbox"/> Preços acessíveis 2002 <input type="checkbox"/> Atendimento diferenciado 2003 <input type="checkbox"/> Valorização do cliente 2004 <input type="checkbox"/> Comprometimento 2005 <input type="checkbox"/> Responsabilidade 2006 <input checked="" type="checkbox"/> Outro</p> <p>21 - Qual o envolvimento do seu prestador de serviços na solução de suas necessidades: 2101 <input type="checkbox"/> Satisfatória 2102 <input type="checkbox"/> Muito bom 2103 <input checked="" type="checkbox"/> Bom 2104 <input type="checkbox"/> Insatisfatória 2105 <input type="checkbox"/> Regular 2106 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>22 - Qual a sua impressão sobre os atendentes da empresa em pesquisa: 2201 <input type="checkbox"/> Ótima 2202 <input type="checkbox"/> Boa 2203 <input checked="" type="checkbox"/> Regular 2204 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>23 - Como você avalia o atendimento desta empresa ? 2301 <input type="checkbox"/> Cortês/Personalizado 2302 <input checked="" type="checkbox"/> Displicente/Duvidoso 2303 <input type="checkbox"/> Frio/Muito rápido 2304 <input type="checkbox"/> Lento/Impessoal</p> <p>24 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento de ser atendido ? 2401 <input type="checkbox"/> Sim 2402 <input type="checkbox"/> Não 2403 <input checked="" type="checkbox"/> Às vezes</p> <p>25 - Caso afirmativo, por que ? 2501 <input checked="" type="checkbox"/> Agiliza o atendimento 2502 <input type="checkbox"/> Maior credibilidade 2503 <input type="checkbox"/> Maior confiabilidade 2504 <input type="checkbox"/> Outros</p> <p>26 - Em caso negativo, por que ? 2601 <input type="checkbox"/> Apresenta problema 2602 <input type="checkbox"/> Funcionários despreparados 2603 <input type="checkbox"/> Tecnologia ultrapassada 2604 <input type="checkbox"/> Outros</p> <p>27 - Qual o seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento: 2701 <input type="checkbox"/> Ótimo 2702 <input checked="" type="checkbox"/> Bom 2703 <input type="checkbox"/> Regular 2704 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>28 - Qual o perfil de um atendimento, marque até 03 opções: 2801 <input checked="" type="checkbox"/> Atencioso 2802 <input type="checkbox"/> Bem informado 2803 <input checked="" type="checkbox"/> Bem humorado 2804 <input type="checkbox"/> Ágil no atendimento 2805 <input type="checkbox"/> Qualificado 2806 <input type="checkbox"/> Tem poder de decisão 2807 <input type="checkbox"/> Tem responsabilidade 2808 <input type="checkbox"/> Outro</p> <p>29 - Qual o contato estabelecido entre o funcionário e o cliente mes- 44 - Quando você resolve complementar seus produtos e serviços</p>
--	--

- mo depois da prestação dos serviços**
- 2901 Relacionamento de amizade
 2902 Verdadeiros companheiros
 2903 Interação e troca
 2904 Nenhum
- 30 - **A empresa demonstra preocupação com sua satisfação ?**
 3001 Sim 3003 Às vezes
 3002 Não
- 31 - **Em caso afirmativo, identifique na ordem importância, marque os mais importantes ?**
 3101 Passou a confiar mais
 3102 Demonstra respeito
 3103 Demonstra responsabilidade
 3104 Fica tranquila/segura
 3105 Sobe minha auto-estima
- 32 - **Você recebe ou já recebeu um atendimento diferenciado ?**
 3201 Sim 3203 Às vezes
 3202 Não
- 33 - **Em caso afirmativo, identifique na ordem importância, mencione alguns itens que leva a acreditar nisso:**
 3301 É sempre informado das novidades
 3302 É sugerido a dar informações
 3303 Tem pronto atendimento
 3304 É consultado sobre sua satisfação
- 34 - **Relacione o atendimento desta empresa com relação a outras empresas:**
 3401 Excelente 3404 Regular
 3402 Muito bom 3405 Ruim
 3403 Bom 3406 Precisa Melhorar
- 35 - **Você já se sentiu discriminado por esta empresa ?**
 3501 Sim 3502 Não
- 36 - **Caso afirmativo, por Quem ?**
 3601 Proprietário 3604 Vendedor
 3602 Gerente 3605 Outros Funcionários
 3603 Atendente
- 37 - **Após Atendimento indevido, você reinviu seus direitos ?**
 3701 Sim 3702 Não
- 38 - **Caso Afirmativo, responda a solução tomada foi :**
 3801 A seu favor 3803 Ainda não foi resolvido
 3802 A favor da empresa 3804 Bom para ambas as partes
- 39 - **Para você ser um cliente fiel, o que a empresa precisa fazer ?**
 3901 Atendimento diferenciado
 3902 Flexibilidade nas condições de pagamento
 3903 Confiança nos produtos e serviços
 3904 Respeito e transparência nas informações
 3905 Preços acessíveis
 3906 Pontualidade nos prazos de entrega
 3907 Qualidade diferenciada nos produtos e serviços
- 40 - **Em relação o novo produto e serviço, a empresa prestar alguma informação para você ?**
 4001 Em qualquer situação 4003 Não presta informação
 4002 Na solicitação do serviço 4004 Fico sabendo por acaso
- 41 - **Assinale os pontos fracos dos produtos e serviços desta empresa ?**
 4101 Juros elevados
 4102 Falta de opções de pagamento
 4103 Demora na solicitação dos serviços
 4104 Falta de opções de prazo
 4105 Tecnologia ultrapassada
 4106 Atendimento
 4107 Outro
- 42 - **Quais os aspectos que você costuma usar no momento de escolher o produto e serviços ?**
 4201 Pela qualidade 4204 Por impulso
 4202 Pelo atendimento 4205 Decide na hora
 4203 Por maior disponibilidade
- 43 - **Existe facilidade para solicitar os produtos e serviços nestas empresas:**
 4301 Sim 4303 Não

- solicitados em outras empresas, é por que ?**
- 4401 Tem menores juros 4404 Atendimento diferenciado
 4402 Não tem burocracia 4405 A qualidade é diferente
 4403 Facilidade na entrega 4406 Outros _____
- 45 - **De que forma você costuma fazer seu pagamento ?**
 4501 Cartão de Crédito 4504 Boleto bancário
 4502 Cheque 4505 Dinheiro
 4503 Fatura 4506 Outro _____
- 46 - **Na ordem de importância, enumere quantas achar necessário. Quais dos nossos serviços precisam ser melhorado ?**
 4601 Informática
 4602 1 Atendimento
 4603 3 Comunicação
 4604 2 Organização
 4605 Aparência dos funcionários
 4606 Sinalização
 4607 Sistema de caixa
 4608 Sistema de vigilância
 4609 Decoração do ambiente
 4610 Recepção
 4611 Outros _____
- 47 - **Ao fazer reclamação, qual a atitude da empresa em análise:**
 4701 Atenciosa 4704 Registra o fato
 4702 Imparcial 4705 Não resolve
 4703 Soluciona problema 4706 Investigar a situação
- 48 - **Para você fugir rapidinho de uma empresa, enumere na ordem de importância até 5 vezes:**
 4801 Ambiente desorganizado
 4802 1 Demora na solução de problemas
 4803 3 Passa e repassa e ninguém resolve o problema
 4804 Funcionários discutindo sem se entender
 4805 2 Falta de autoridade confiável
 4806 Funcionários desinformado
- 49 - **De que forma você e lembrando pela empresa ?**
 4901 Sempre 4905 Lançamento de promoções
 4902 Nunca 4906 Data do meu aniversário
 4903 Na solicitação 4907 Não é lembrado
 4904 Solicitação de serviços 4908 Outro _____
- 50 - **Você está satisfeito com os produtos/serviços oferecidos por esta empresa ?**
 5001 Sim 5003 Não
 5003 Por que _____
- 51 - **Em caso negativo o que poderíamos fazer para melhorar ?**
 5101 Atender melhor 5104 Oferecer mais itens
 5102 Criar promoções 5105 Promover mais prazo
 5103 Melhorar o espaço 5106 Outro _____
- 52 - **Na sua opinião, para conseguirmos mais clientes o que deveríamos fazer ?**
 5201 Pedir sugestão aos clientes
 5202 Promover o cliente
 5203 Mais propaganda
 5204 Menor taxa de juros
 5205 Mais atendimento
- 53 - **Na sua opinião, cliente satisfeito é um cliente fiel ?**
 5301 Sim 5302 Não
- 54 - **Você é fiel a esta empresa ?**
 5401 Sim 5402 Não
- 55 - **Para que os clientes sejam fiéis à nossa empresa, ela precisa ser; marque as que julgar necessárias:**
 5501 Organizada 5505 Transparente
 5502 Agradável 5506 Responsável
 5503 Calorosa 5507 Agilidade dos serviços
 5504 Atendimento diferenciado 5508 Outros _____
- 56 - **Você já teve algum problema com esta organização :**
 5601 Sim 5602 Não
- 57 - **Caso afirmativo, foi resolvido o problema ?**
 5701 Sim 5702 Não
- 58 - **Você recomenda os nossos serviços/produtos a outros:**
 5801 Sim 5802 Não

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para Clientes)

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo

até / / , lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo</p> <p>0101 <input type="checkbox"/> Masculino</p> <p>0102 <input checked="" type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária</p> <p>0201 <input type="checkbox"/> Até 20 anos</p> <p>0202 <input type="checkbox"/> De 21 a 30 anos</p> <p>0203 <input checked="" type="checkbox"/> De 31 a 40 anos</p> <p>0204 <input type="checkbox"/> De 41 a 50 anos</p> <p>0205 <input type="checkbox"/> Acima de 50 anos</p> <p>03 - Estado civil</p> <p>0301 <input type="checkbox"/> Casado</p> <p>0302 <input type="checkbox"/> Divorciado</p> <p>0303 <input checked="" type="checkbox"/> Solteiro</p> <p>0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Grau de instrução</p> <p>0401 <input type="checkbox"/> 1º grau incompleto</p> <p>0402 <input type="checkbox"/> 1º grau completo</p> <p>0403 <input type="checkbox"/> 2º grau incompleto</p> <p>0404 <input type="checkbox"/> 2º grau completo</p> <p>0405 <input type="checkbox"/> 3º grau incompleto</p> <p>0406 <input checked="" type="checkbox"/> 3º grau completo</p> <p>05 - Ocupação principal:</p> <p>0501 <input type="checkbox"/> Aposentado sindical</p> <p>0502 <input type="checkbox"/> Aposentado pensionista</p> <p>0503 <input type="checkbox"/> Profissional liberal</p> <p>0504 <input checked="" type="checkbox"/> Funcionário(a) público</p> <p>0505 <input type="checkbox"/> Autônomo</p> <p>0506 <input type="checkbox"/> Estudante</p> <p>0507 <input type="checkbox"/> Funcionário(a) de empresa privada</p> <p>06 - Você é cliente:</p> <p>0601 <input checked="" type="checkbox"/> Pessoa física</p> <p>0602 <input type="checkbox"/> Pessoa jurídica</p> <p>07 - Sendo pessoa jurídica:</p> <p>0701 <input type="checkbox"/> Sócio</p> <p>0702 <input type="checkbox"/> Gerente</p> <p>0703 <input type="checkbox"/> Proprietário</p> <p>0704 <input type="checkbox"/> Comprador</p> <p>08 - Em que empresa você solicita produtos e serviços ?</p> <p>0801 <input checked="" type="checkbox"/> Cemar</p> <p>0802 <input type="checkbox"/> Caema</p> <p>0803 <input type="checkbox"/> Correios</p> <p>09 - Qual o canal de comunicação entre você e esta empresa:</p> <p>0901 <input type="checkbox"/> Contatos pessoais</p> <p>0902 <input type="checkbox"/> Contato por funcionário</p> <p>0903 <input checked="" type="checkbox"/> Telefone</p> <p>0904 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>10 - Com que frequência você utiliza os serviços/produtos desta empresa ?</p> <p>1001 <input type="checkbox"/> Diariamente</p> <p>1002 <input type="checkbox"/> Semanalmente</p> <p>1003 <input type="checkbox"/> Quinzenalmente</p> <p>1004 <input type="checkbox"/> Mensalmente</p> <p>1005 <input type="checkbox"/> Bimestralmente</p> <p>1006 <input checked="" type="checkbox"/> Semestralmente</p> <p>11 - Onde você obteve informação sobre esta empresa ?</p> <p>1101 <input type="checkbox"/> Através de amigos</p> <p>1102 <input checked="" type="checkbox"/> Recebeu uma visita dos funcionários da empresa</p> <p>1103 <input type="checkbox"/> Anúncio no rádio</p> <p>1104 <input type="checkbox"/> Anúncio na TV</p> <p>1105 <input type="checkbox"/> Lista telefônica</p> <p>1106 <input type="checkbox"/> Classificados em jornais</p> <p>12 - Você escolheu esta empresa por causa de:</p> <p>1201 <input type="checkbox"/> Qualidade nos produtos</p> <p>1202 <input type="checkbox"/> Amizade</p> <p>1203 <input type="checkbox"/> Organização</p> <p>1204 <input type="checkbox"/> Facilidade</p> <p>1205 <input type="checkbox"/> Preços</p> <p>1206 <input checked="" type="checkbox"/> Qualidade nos serviços</p> <p>1207 <input type="checkbox"/> Marca</p> <p>1208 <input type="checkbox"/> Atendimento</p> <p>1209 <input type="checkbox"/> Parentesco</p> <p>1210 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>13 - O que você gostaria de encontrar nesta empresa. Além dos produtos e serviços já oferecidos ?</p> <p>1301 <input type="checkbox"/> Amizade</p> <p>1302 <input type="checkbox"/> Companheirismo</p> <p>1303 <input type="checkbox"/> Atenção</p> <p>1304 <input checked="" type="checkbox"/> Confiança</p> <p>14 - Como você ver o ambiente de trabalho desta empresa, marque quantas achar necessárias ?</p> <p>1401 <input type="checkbox"/> Ambiente seguro</p> <p>1402 <input type="checkbox"/> Motivador</p> <p>1403 <input checked="" type="checkbox"/> Organizado</p> <p>1404 <input type="checkbox"/> Agradável</p> <p>1405 <input type="checkbox"/> Ambiente inseguro</p> <p>1406 <input type="checkbox"/> Desmotivador</p> <p>1407 <input type="checkbox"/> Desorganizado</p> <p>1408 <input type="checkbox"/> Desagradável</p> <p>15 - Qual benefício esta empresa lhe traz ?</p> <p>1501 <input checked="" type="checkbox"/> Confortabilidade</p> <p>1502 <input type="checkbox"/> Confiabilidade</p> <p>1503 <input type="checkbox"/> Satisfação</p> <p>1504 <input type="checkbox"/> Nenhum</p>	<p>16 - Como você avalia as instalações físicas da empresa em pesquisa:</p> <p>1601 <input type="checkbox"/> Ótima</p> <p>1602 <input checked="" type="checkbox"/> Boa</p> <p>1603 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>1604 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>17 - Na hora de solicitar rapidamente o produto e serviço o que você fez?</p> <p>1701 <input type="checkbox"/> Vou a empresa e escolho logo o produto e o serviço</p> <p>1702 <input type="checkbox"/> Vai logo solicitando os serviços e os produtos</p> <p>1703 <input checked="" type="checkbox"/> Liga por telefone e pede os produtos e os serviços</p> <p>1704 <input type="checkbox"/> Entrar em contato com a empresa e solicita logo</p> <p>18 - Ao ir na empresa de sua escolha, o que você mais solicita marque quantas você quiser ?</p> <p>1801 <input checked="" type="checkbox"/> Um bom atendimento</p> <p>1802 <input type="checkbox"/> Pessoas treinadas</p> <p>1803 <input type="checkbox"/> Pessoas comunicativas</p> <p>1804 <input checked="" type="checkbox"/> Ambiente organizado</p> <p>1805 <input type="checkbox"/> Maior credibilidade</p> <p>1806 <input type="checkbox"/> Maior espaço interno</p> <p>1807 <input type="checkbox"/> Informatização</p> <p>1808 <input checked="" type="checkbox"/> Credibilidade</p> <p>1809 <input checked="" type="checkbox"/> Pessoas alegres</p> <p>1810 <input type="checkbox"/> Boa localização</p> <p>1811 <input type="checkbox"/> Juros mais baixo</p> <p>1812 <input checked="" type="checkbox"/> Confiabilidade</p> <p>1813 <input type="checkbox"/> Mais segurança</p> <p>1814 <input type="checkbox"/> Mais autonomia</p> <p>1815 <input type="checkbox"/> Menos burocracia</p> <p>1816 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>19 - É importante o superior se fazer conhecer e está interagindo com o cliente, por que ?</p> <p>1901 <input type="checkbox"/> Dar mais segurança</p> <p>1902 <input checked="" type="checkbox"/> Dar mais confiabilidade</p> <p>1903 <input type="checkbox"/> Dar mais credibilidade</p> <p>1904 <input type="checkbox"/> É conveniente</p> <p>1905 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>20 - Quais as características marcante do seu prestador de serviços e produtos marque quantas julgar necessárias:</p> <p>2001 <input checked="" type="checkbox"/> Preços acessíveis</p> <p>2002 <input type="checkbox"/> Atendimento diferenciado</p> <p>2003 <input type="checkbox"/> Valorização do cliente</p> <p>2004 <input type="checkbox"/> Comprometimento</p> <p>2005 <input checked="" type="checkbox"/> Responsabilidade</p> <p>2006 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>21 - Qual o envolvimento do seu prestador de serviços na solução de suas necessidades:</p> <p>2101 <input checked="" type="checkbox"/> Satisfatória</p> <p>2102 <input type="checkbox"/> Muito bom</p> <p>2103 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>2104 <input type="checkbox"/> Insatisfatória</p> <p>2105 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>2106 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>22 - Qual a sua impressão sobre os atendentes da empresa em pesquisa:</p> <p>2201 <input type="checkbox"/> Ótima</p> <p>2202 <input checked="" type="checkbox"/> Boa</p> <p>2203 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>2204 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>23 - Como você avalia o atendimento desta empresa ?</p> <p>2301 <input checked="" type="checkbox"/> Cortês/Personalizado</p> <p>2302 <input type="checkbox"/> Displicente/Duvidoso</p> <p>2303 <input type="checkbox"/> Frio/Muito rápido</p> <p>2304 <input type="checkbox"/> Lento/Impessoal</p> <p>24 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento de ser atendido ?</p> <p>2401 <input checked="" type="checkbox"/> Sim</p> <p>2402 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>2403 <input type="checkbox"/> Às vezes</p> <p>25 - Caso afirmativo, por que ?</p> <p>2501 <input type="checkbox"/> Agiliza o atendimento</p> <p>2502 <input checked="" type="checkbox"/> Maior credibilidade</p> <p>2503 <input type="checkbox"/> Maior confiabilidade</p> <p>2504 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>26 - Em caso negativo, por que ?</p> <p>2601 <input type="checkbox"/> Apresenta problema</p> <p>2602 <input type="checkbox"/> Funcionários despreparados</p> <p>2603 <input type="checkbox"/> Tecnologia ultrapassada</p> <p>2604 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>27 - Qual o seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento:</p> <p>2701 <input checked="" type="checkbox"/> Ótimo</p> <p>2702 <input type="checkbox"/> Bom</p> <p>2703 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>2704 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>28 - Qual o perfil de um atendimento, marque até 03 opções:</p> <p>2801 <input type="checkbox"/> Atencioso</p> <p>2802 <input type="checkbox"/> Bem informado</p> <p>2803 <input type="checkbox"/> Bem humorado</p> <p>2804 <input type="checkbox"/> Ágil no atendimento</p> <p>2805 <input checked="" type="checkbox"/> Qualificado</p> <p>2806 <input type="checkbox"/> Tem poder de decisão</p> <p>2807 <input type="checkbox"/> Tem responsabilidade</p> <p>2808 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>29 - Qual o contato estabelecido entre o funcionário e o cliente mes-</p> <p>30 - Quando você resolve complementar seus produtos e serviços</p>
--	--

mo depois da prestação dos serviços

- 2901 Relacionamento de amizade
2902 Verdadeiros companheiros
2903 Interação e troca
2904 Nenhum
30 - A empresa demonstra preocupação com sua satisfação ?
3001 Sim 3003 Às vezes
3002 Não

31 - Em caso afirmativo, identifique na ordem importância, marque os mais importantes ?

- 3101 Passou a confiar mais
3102 Demonstra respeito
3103 Demonstra responsabilidade
3104 Fica tranquila/segura
3105 Sobe minha auto-estima

32 - Você recebe ou já recebeu um atendimento diferenciado ?

- 3201 Sim 3203 Às vezes
3202 Não

33 - Em Caso afirmativo, identifique na ordem importância, mencione alguns itens que leva a acreditar nisso:

- 3301 É sempre informado das novidades
3302 É sugerido a dar informações
3303 Tem pronto atendimento
3304 É consultado sobre sua satisfação

34 - Relacione o atendimento desta empresa com relação a outras empresas:

- 3401 Excelente 3404 Regular
3402 Muito bom 3405 Ruim
3403 Bom 3406 Precisa Melhorar

35 - Você já se sentiu discriminado por esta empresa ?

- 3501 Sim 3502 Não

36 - Caso afirmativo, por Quem?

- 3601 Proprietário 3604 Vendedor
3602 Gerente 3605 Outros Funcionários
3603 Atendente

37 - Após Atendimento indevido, você reinviu seus direitos ?

- 3701 Sim 3702 Não

38 - Caso Afirmativo, responda a solução tomada foi :

- 3801 A seu favor 3803 Ainda não foi resolvido
3802 A favor da empresa 3804 Bom para ambas as partes

39 - Para você ser um cliente fiel, o que a empresa precisa fazer ?

- 3901 Atendimento diferenciado
3902 Flexibilidade nas condições de pagamento
3903 Confiança nos produtos e serviços
3904 Respeito e transparência nas informações
3905 Preços acessíveis
3906 Pontualidade nos prazos de entrega
3907 Qualidade diferenciada nos produtos e serviços

40 - Em relação o novo produto e serviço, a empresa prestar alguma informação para você ?

- 4001 Em qualquer situação 4003 Não presta informação
4002 Na solicitação do serviço 4004 Fico sabendo por acaso

41 - Assinale os pontos fracos dos produtos e serviços desta empresa ?

- 4101 Juros elevados
4102 Falta de opções de pagamento
4103 Demora na solicitação dos serviços
4104 Falta de opções de prazo
4105 Tecnologia ultrapassada
4106 Atendimento
4107 Outro

42 - Quais os aspectos que você costuma usar no momento de escolher o produto e serviços ?

- 4201 Pela qualidade 4204 Por impulso
4202 Pelo atendimento 4205 Decide na hora
4203 Por maior disponibilidade

43 - Existe facilidade para solicitar os produtos e serviços nestas empresas:

- 4301 Sim 4303 Não

solicitados em outras empresas, é por que ?

- 4401 Tem menores juros 4404 Atendimento diferenciado
4402 Não tem burocracia 4405 A qualidade é diferente
4403 Facilidade na entrega 4406 Outros

45 - De que forma você costuma fazer seu pagamento ?

- 4501 Cartão de Crédito 4504 Boleto bancario
4502 Cheque 4505 Dinheiro
4503 Fatura 4506 Outro

46 - Na ordem de importância, enumere quantas achar necessário.

Quais dos nossos serviços precisam ser melhorado ?

- 4601 Informativa
4602 Atendimento
4603 Comunicação
4604 Organização
4605 Aparência dos funcionários
4606 Sinalização
4607 Sistema de caixa
4608 Sistema de vigilância
4609 Decoração do ambiente
4610 Recepção
4611 Outros

47 - Ao fazer reclamação, qual a atitude da empresa em análise:

- 4701 Atenciosa 4704 Registra o fato
4702 Imparcial 4705 Não resolve
4703 Soluciona problema 4706 Investigar a situação

48 - Para você fugir rapidinho de uma empresa, enumere na ordem de importância até 5 vezes:

- 4801 Ambiente desorganizado
4802 Demora na solução de problemas
4803 Passa e repassa e ninguém resolve o problema
4804 Funcionários discutindo sem se entender
4805 Falta de autoridade confiável
4806 Funcionários desinformado

49 - De que forma você se lembrando pela empresa ?

- 4901 Sempre 4905 Lançamento de promoções
4902 Nunca 4906 Data do meu aniversário
4903 Na solicitação 4907 Não é lembrado
4904 Solicitação de serviços 4908 Outro

50 - Você está satisfeito com os produtos/serviços oferecidos por esta empresa ?

- 5001 Sim 5003 Não
5003 Por que

51 - Em caso negativo o que poderíamos fazer para melhorar ?

- 5101 Atender melhor 5104 Oferecer mais itens
5102 Criar promoções 5105 Promover mais prazo
5103 Melhorar o espaço 5106 Outro

52 - Na sua opinião, para conserguirmos mais clientes o que deveríamos fazer ?

- 5201 Pedir sugestão aos clientes
5202 Promover o cliente
5203 Mais propaganda
5204 Menor taxa de juros
5205 Mais atendimento

53 - Na sua opinião, cliente satisfeito é um cliente fiel ?

- 5301 Sim 5302 Não

54 - Você é fiel a esta empresa ?

- 5401 Sim 5402 Não

55 - Para que os clientes sejam fiéis à nossa empresa, ela precisa ser; marque as que julgar necessárias:

- 5501 Organizada 5505 Transparente
5502 Agradável 5506 Responsável
5503 Calorosa 5507 Agilidade dos serviços
5504 Atendimento diferenciado 5508 Outros

56 - Você já teve algum problema com esta organização :

- 5601 Sim 5602 Não

57 - Caso afirmativo, foi resolvido o problema ?

- 5701 Sim 5702 Não

58 - Você recomenda os nossos serviços/produtos a outros:

- 5801 Sim 5802 Não

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para Clientes)

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo

até ___ / ___ / ___, lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo</p> <p>0101 <input checked="" type="checkbox"/> Masculino 0102 <input type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária</p> <p>0201 <input checked="" type="checkbox"/> Até 20 anos 0204 <input type="checkbox"/> De 41 a 50 anos</p> <p>0202 <input type="checkbox"/> De 21 a 30 anos 0205 <input type="checkbox"/> Acima de 50 anos</p> <p>0203 <input type="checkbox"/> De 31 a 40 anos</p> <p>03 - Estado civil</p> <p>0301 <input type="checkbox"/> Casado 0303 <input checked="" type="checkbox"/> Solteiro</p> <p>0302 <input type="checkbox"/> Divorciado 0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Grau de instrução</p> <p>0401 <input type="checkbox"/> 1º grau incompleto 0404 <input checked="" type="checkbox"/> 2º grau completo</p> <p>0402 <input type="checkbox"/> 1º grau completo 0405 <input type="checkbox"/> 3º grau incompleto</p> <p>0403 <input type="checkbox"/> 2º grau incompleto 0406 <input type="checkbox"/> 3º grau completo</p> <p>05 - Ocupação principal:</p> <p>0501 <input type="checkbox"/> Aposentado sindical 0505 <input type="checkbox"/> Autônomo</p> <p>0502 <input type="checkbox"/> Aposentado pensionista 0506 <input checked="" type="checkbox"/> Estudante</p> <p>0503 <input type="checkbox"/> Profissional liberal 0507 <input type="checkbox"/> Funcionário(a) de empresa</p> <p>0504 <input type="checkbox"/> Funcionário(a) público <input type="checkbox"/> privada</p> <p>06 - Você é cliente:</p> <p>0601 <input checked="" type="checkbox"/> Pessoa física 0602 <input type="checkbox"/> Pessoa jurídica</p> <p>07 - Sendo pessoa jurídica:</p> <p>0701 <input type="checkbox"/> Sócio 0703 <input type="checkbox"/> Proprietário</p> <p>0702 <input type="checkbox"/> Gerente 0704 <input type="checkbox"/> Comprador</p> <p>08 - Em que empresa você solicita produtos e serviços ?</p> <p>0801 <input type="checkbox"/> Cemar 0803 <input type="checkbox"/> Correios</p> <p>0802 <input checked="" type="checkbox"/> Caema</p> <p>09 - Qual o canal de comunicação entre você e esta empresa:</p> <p>0901 <input checked="" type="checkbox"/> Contatos pessoais 0903 <input type="checkbox"/> Telefone</p> <p>0902 <input type="checkbox"/> Contato por funcionário 0904 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>10 - Com que frequência você utiliza os serviços/produtos desta empresa ?</p> <p>1001 <input checked="" type="checkbox"/> Diariamente 1004 <input type="checkbox"/> Mensalmente</p> <p>1002 <input type="checkbox"/> Semanalmente 1005 <input type="checkbox"/> Bimestralmente</p> <p>1003 <input type="checkbox"/> Quinzenalmente 1006 <input type="checkbox"/> Semestralmente</p> <p>11 - Onde você obteve informação sobre esta empresa ?</p> <p>1101 <input type="checkbox"/> Através de amigos</p> <p>1102 <input checked="" type="checkbox"/> Recebeu uma visita dos funcionários da empresa</p> <p>1103 <input type="checkbox"/> Anúncio no rádio</p> <p>1104 <input type="checkbox"/> Anúncio na TV</p> <p>1105 <input type="checkbox"/> Lista telefônica</p> <p>1106 <input type="checkbox"/> Classificados em jornais</p> <p>12 - Você escolheu esta empresa por causa de:</p> <p>1201 <input type="checkbox"/> Qualidade nos produtos 1206 <input type="checkbox"/> Qualidade nos serviços</p> <p>1202 <input type="checkbox"/> Amizade 1207 <input type="checkbox"/> Marca</p> <p>1203 <input type="checkbox"/> Organização 1208 <input type="checkbox"/> Atendimento</p> <p>1204 <input checked="" type="checkbox"/> Facilidade 1209 <input type="checkbox"/> Parentesco</p> <p>1205 <input type="checkbox"/> Preços 1210 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>13 - O que você gostaria de encontrar nesta empresa. Além dos produtos e serviços já oferecidos ?</p> <p>1301 <input type="checkbox"/> Amizade 1303 <input checked="" type="checkbox"/> Atenção</p> <p>1302 <input type="checkbox"/> Companheirismo 1304 <input type="checkbox"/> Confiança</p> <p>14 - Como você ver o ambiente de trabalho desta empresa, marque quantas achar necessárias ?</p> <p>1401 <input checked="" type="checkbox"/> Ambiente seguro 1405 <input type="checkbox"/> Ambiente inseguro</p> <p>1402 <input checked="" type="checkbox"/> Motivador 1406 <input type="checkbox"/> Desmotivador</p> <p>1403 <input type="checkbox"/> Organizado 1407 <input type="checkbox"/> Desorganizado</p> <p>1404 <input checked="" type="checkbox"/> Agradável 1408 <input type="checkbox"/> Desagradável</p> <p>15 - Qual benefício esta empresa lhe traz ?</p> <p>1501 <input type="checkbox"/> Comodidade 1503 <input checked="" type="checkbox"/> Satisfação</p> <p>1502 <input type="checkbox"/> Confiabilidade 1504 <input type="checkbox"/> Nenhum</p>	<p>16 - Como você avalia as instalações físicas da empresa em pesquisa:</p> <p>1601 <input checked="" type="checkbox"/> Ótima 1603 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>1602 <input checked="" type="checkbox"/> Boa 1604 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>17 - Na hora de solicitar rapidamente o produto e serviço o que você faz</p> <p>1701 <input type="checkbox"/> Vou a empresa e escolho logo o produto e o serviço</p> <p>1702 <input type="checkbox"/> Vai logo solicitando os serviços e os produtos</p> <p>1703 <input checked="" type="checkbox"/> Liga por telefone e pede os produtos e os serviços</p> <p>1704 <input type="checkbox"/> Entrar em contato com a empresa e solicita logo</p> <p>18 - Ao ir na empresa de sua escolha, o que você mais solicita marque quantas você quiser ?</p> <p>1801 <input checked="" type="checkbox"/> Um bom atendimento 1809 <input checked="" type="checkbox"/> Pessoas alegres</p> <p>1802 <input type="checkbox"/> Pessoas treinadas 1810 <input type="checkbox"/> Boa localização</p> <p>1803 <input checked="" type="checkbox"/> Pessoas comunicativas 1811 <input checked="" type="checkbox"/> Juros mais baixo</p> <p>1804 <input type="checkbox"/> Ambiente organizado 1812 <input type="checkbox"/> Confiabilidade</p> <p>1805 <input checked="" type="checkbox"/> Maior credibilidade 1813 <input type="checkbox"/> Mais segurança</p> <p>1806 <input type="checkbox"/> Maior espaço interno 1814 <input type="checkbox"/> Mais autonomia</p> <p>1807 <input checked="" type="checkbox"/> Informatização 1815 <input checked="" type="checkbox"/> Menos burocracia</p> <p>1808 <input type="checkbox"/> Credibilidade 1816 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>19 - É importante o superior se fazer conhecer e está interagindo com o cliente, por que ?</p> <p>1901 <input type="checkbox"/> Dar mais segurança 1904 <input type="checkbox"/> É conveniente</p> <p>1902 <input checked="" type="checkbox"/> Dar mais confiabilidade 1905 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>1903 <input type="checkbox"/> Dar mais credibilidade</p> <p>20 - Quais as características marcante do seu prestador de serviços e produtos marque quantas julgar necessárias:</p> <p>2001 <input checked="" type="checkbox"/> Preços acessíveis 2004 <input type="checkbox"/> Comprometimento</p> <p>2002 <input type="checkbox"/> Atendimento diferenciado 2005 <input checked="" type="checkbox"/> Responsabilidade</p> <p>2003 <input checked="" type="checkbox"/> Valorização do cliente 2006 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>21 - Qual o envolvimento do seu prestador de serviços na solução de suas necessidades:</p> <p>2101 <input type="checkbox"/> Satisfatória 2104 <input type="checkbox"/> Insatisfatória</p> <p>2102 <input checked="" type="checkbox"/> Muito bom 2105 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>2103 <input type="checkbox"/> Bom 2106 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>22 - Qual a sua impressão sobre os atendentes da empresa em pesquisa:</p> <p>2201 <input type="checkbox"/> Ótima 2203 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>2202 <input checked="" type="checkbox"/> Boa 2204 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>23 - Como você avalia o atendimento desta empresa ?</p> <p>2301 <input checked="" type="checkbox"/> Cortês/Personalizado 2303 <input type="checkbox"/> Frio/Muito rápido</p> <p>2302 <input type="checkbox"/> Displícite/Duvidoso 2304 <input type="checkbox"/> Lento/Impessoal</p> <p>24 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento de ser atendido ?</p> <p>2401 <input checked="" type="checkbox"/> Sim 2403 <input type="checkbox"/> Às vezes</p> <p>2402 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>25 - Caso afirmativo, por que ?</p> <p>2501 <input checked="" type="checkbox"/> Agiliza o atendimento 2503 <input type="checkbox"/> Maior confiabilidade</p> <p>2502 <input type="checkbox"/> Maior credibilidade 2504 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>26 - Em caso negativo, por que ?</p> <p>2601 <input type="checkbox"/> Apresenta problema</p> <p>2602 <input type="checkbox"/> Funcionários despreparados</p> <p>2603 <input type="checkbox"/> Tecnologia ultrapassada</p> <p>2604 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>27 - Qual o seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento:</p> <p>2701 <input type="checkbox"/> Ótimo 2703 <input type="checkbox"/> Regular</p> <p>2702 <input checked="" type="checkbox"/> Bom 2704 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>28 - Qual o perfil de um atendimento, marque até 03 opções:</p> <p>2801 <input checked="" type="checkbox"/> Atencioso 2805 <input checked="" type="checkbox"/> Qualificado</p> <p>2802 <input checked="" type="checkbox"/> Bem informado 2806 <input type="checkbox"/> Tem poder de decisão</p> <p>2803 <input type="checkbox"/> Bem humorado 2807 <input type="checkbox"/> Tem responsabilidade</p> <p>2804 <input type="checkbox"/> Ágil no atendimento 2808 <input type="checkbox"/> Outro _____</p>
<p>29 - Qual o contato estabelecido entre o funcionário e o cliente mes-</p>	<p>44 - Quando você resolve complementar seus produtos e serviços</p>

- mo depois da prestação dos serviços**
- 2901 Relacionamento de amizade
 2902 Verdadeiros companheiros
 2903 Interação e troca
 2904 Nenhum
- 30 - **A empresa demonstra preocupação com sua satisfação ?**
 3001 Sim
 3002 Não
 3003 Às vezes
- 31 - **Em caso afirmativo, identifique na ordem importância, marque os mais importantes ?**
- 3101 Passou a confiar mais
 3102 Demonstra respeito
 3103 Demonstra responsabilidade
 3104 Fica tranquila/segura
 3105 Sobrevive minha auto-estima
- 32 - **Você recebe ou já recebeu um atendimento diferenciado ?**
 3201 Sim
 3202 Não
 3203 Às vezes
- 33 - **Em caso afirmativo, identifique na ordem importância, mencione alguns itens que leva a acreditar nisso:**
- 3301 É sempre informado das novidades
 3302 É sugerido a dar informações
 3303 Tem pronto atendimento
 3304 É consultado sobre sua satisfação
- 34 - **Relacione o atendimento desta empresa com relação a outras empresas:**
- 3401 Excelente
 3402 Muito bom
 3403 Bom
 3404 Regular
 3405 Ruim
 3406 Precisa Melhorar
- 35 - **Você já se sentiu discriminado por esta empresa ?**
 3501 Sim
 3502 Não
- 36 - **Caso afirmativo, por quem ?**
- 3601 Proprietário
 3602 Gerente
 3603 Atendente
 3604 Vendedor
 3605 Outros Funcionários
- 37 - **Após Atendimento indevido, você reinviu seus direitos ?**
 3701 Sim
 3702 Não
- 38 - **Caso Afirmativo, responda a solução tomada foi :**
- 3801 A seu favor
 3802 A favor da empresa
 3803 Ainda não foi resolvido
 3804 Bom para ambas as partes
- 39 - **Para você ser um cliente fiel, o que a empresa precisa fazer ?**
- 3901 Atendimento diferenciado
 3902 Flexibilidade nas condições de pagamento
 3903 Confiança nos produtos e serviços
 3904 Respeito e transparência nas informações
 3905 Preços acessíveis
 3906 Pontualidade nos prazos de entrega
 3907 Qualidade diferenciada nos produtos e serviços
- 40 - **Em relação o novo produto e serviço, a empresa prestar alguma informação para você ?**
- 4001 Em qualquer situação
 4002 Na solicitação do serviço
 4003 Não presta informação
 4004 Fico sabendo por acaso
- 41 - **Assinale os pontos fracos dos produtos e serviços desta empresa ?**
- 4101 Juros elevados
 4102 Falta de opções de pagamento
 4103 Demora na solicitação dos serviços
 4104 Falta de opções de prazo
 4105 Tecnologia ultrapassada
 4106 Atendimento
 4107 Outro
- 42 - **Quais os aspectos que você costuma usar no momento de escolher o produto e serviços ?**
- 4201 Pela qualidade
 4202 Pelo atendimento
 4203 Por maior disponibilidade
 4204 Por impulso
 4205 Decide na hora
- 43 - **Existe facilidade para solicitar os produtos e serviços nestas empresas:**
- 4301 Sim
 4303 Não

- solicitados em outras empresas, é por que ?**
- 4401 Tem menores juros
 4402 Não tem burocracia
 4403 Facilidade na entrega
 4404 Atendimento diferenciado
 4405 A qualidade é diferente
 4406 Outros
- 45 - **De que forma você costuma fazer seu pagamento ?**
- 4501 Cartão de Crédito
 4502 Cheque
 4503 Fatura
 4504 Boleto bancário
 4505 Dinheiro
 4506 Outro
- 46 - **Na ordem de importância, enumere quantas achar necessário. Quais dos nossos serviços precisam ser melhorado ?**
- 4601 1 Informática
 4602 2 Atendimento
 4603 3 Comunicação
 4604 4 Organização
 4605 5 Aparência dos funcionários
 4606 6 Sinalização
 4607 7 Sistema de caixa
 4608 8 Sistema de vigilância
 4609 9 Decoração do ambiente
 4610 10 Recepção
 4611 Outros
- 47 - **Ao fazer reclamação, qual a atitude da empresa em análise:**
- 4701 Atenciosa
 4702 Imparcial
 4703 Soluciona problema
 4704 Registra o fato
 4705 Não resolve
 4706 Investigar a situação
- 48 - **Para você fugir rapidinho de uma empresa, enumere na ordem de importância até 5 vezes:**
- 4801 1 Ambiente desorganizado
 4802 2 Demora na solução de problemas
 4803 3 Passa e repassa e ninguém resolve o problema
 4804 4 Funcionários discutindo sem se entender
 4805 5 Falta de autoridade confiável
 4806 6 Funcionários desinformado
- 49 - **De que forma você se lembrando pela empresa ?**
- 4901 Sempre
 4902 Nunca
 4903 Na solicitação
 4904 Solicitação de serviços
 4905 Lançamento de promoções
 4906 Data do meu aniversário
 4907 Não é lembrado
 4908 Outro
- 50 - **Você está satisfeito com os produtos/serviços oferecidos por esta empresa ?**
- 5001 Sim
 5003 Não
 5002 Por que
- 51 - **Em caso negativo o que poderíamos fazer para melhorar ?**
- 5101 Atender melhor
 5102 Criar promoções
 5103 Melhorar o espaço
 5104 Oferecer mais itens
 5105 Promover mais prazo
 5106 Outro
- 52 - **Na sua opinião, para conseguirmos mais clientes o que deveríamos fazer ?**
- 5201 Pedir sugestão aos clientes
 5202 Promover o cliente
 5203 Mais propaganda
 5204 Menor taxa de juros
 5205 Mais atendimento
- 53 - **Na sua opinião, cliente satisfeito é um cliente fiel ?**
 5301 Sim
 5302 Não
- 54 - **Você é fiel a esta empresa ?**
 5401 Sim
 5402 Não
- 55 - **Para que os clientes sejam fiéis à nossa empresa, ela precisa ser; marque as que julgar necessárias:**
- 5501 Organizada
 5502 Agradável
 5503 Calorosa
 5504 Atendimento diferenciado
 5505 Transparente
 5506 Responsável
 5507 Agilidade dos serviços
 5508 Outros
- 56 - **Você já teve algum problema com esta organização :**
- 5601 Sim
 5602 Não
- 57 - **Caso afirmativo, foi resolvido o problema ?**
 5701 Sim
 5702 Não
- 58 - **Você recomenda os nossos serviços/produtos a outros:**
 5801 Sim
 5802 Não

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL A PARTIR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo identificar o desenvolvimento empresarial a partir da profissionalização no nosso município, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. (Questionário para Clientes)

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolve-lo

até ____ / ____ / ____, lembramos ainda que sua opinião é de suma importância para obtermos êxito em nossa pesquisa.

<p>01 - Sexo 0101 <input checked="" type="checkbox"/> Masculino 0102 <input type="checkbox"/> Feminino</p> <p>02 - Faixa etária 0201 <input checked="" type="checkbox"/> Até 20 anos 0204 <input type="checkbox"/> De 41 a 50 anos 0202 <input type="checkbox"/> De 21 a 30 anos 0205 <input type="checkbox"/> Acima de 50 anos 0203 <input type="checkbox"/> De 31 a 40 anos</p> <p>03 - Estado civil 0301 <input type="checkbox"/> Casado 0303 <input checked="" type="checkbox"/> Solteiro 0302 <input type="checkbox"/> Divorciado 0304 <input type="checkbox"/> Viúvo</p> <p>04 - Grau de instrução 0401 <input checked="" type="checkbox"/> 1º grau incompleto 0404 <input type="checkbox"/> 2º grau completo 0402 <input type="checkbox"/> 1º grau completo 0405 <input type="checkbox"/> 3º grau incompleto 0403 <input type="checkbox"/> 2º grau completo 0406 <input type="checkbox"/> 3º grau completo</p> <p>05 - Ocupação principal: 0501 <input type="checkbox"/> Aposentado sindical 0505 <input type="checkbox"/> Autônomo 0502 <input type="checkbox"/> Aposentado pensionista 0506 <input type="checkbox"/> Estudante 0503 <input type="checkbox"/> Profissional liberal 0507 <input checked="" type="checkbox"/> Funcionário(a) de empresa 0504 <input type="checkbox"/> Funcionário(a) público <input type="checkbox"/> privada</p> <p>06 - Você é cliente: 0601 <input type="checkbox"/> Pessoa física 0602 <input type="checkbox"/> Pessoa jurídica</p> <p>07 - Sendo pessoa jurídica: 0701 <input checked="" type="checkbox"/> Sócio 0703 <input type="checkbox"/> Proprietário 0702 <input type="checkbox"/> Gerente 0704 <input checked="" type="checkbox"/> Comprador</p> <p>08 - Em que empresa você solicita produtos e serviços ? 0801 <input type="checkbox"/> Cemar 0803 <input type="checkbox"/> Correios 0802 <input checked="" type="checkbox"/> Caema</p> <p>09 - Qual o canal de comunicação entre você e esta empresa: 0901 <input checked="" type="checkbox"/> Contatos pessoais 0903 <input checked="" type="checkbox"/> Telefone 0902 <input type="checkbox"/> Contato por funcionário 0904 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>10 - Com que frequência você utiliza os serviços/produtos desta empresa ? 1001 <input type="checkbox"/> Diariamente 1004 <input type="checkbox"/> Mensalmente 1002 <input type="checkbox"/> Semanalmente 1005 <input checked="" type="checkbox"/> Bimestralmente 1003 <input type="checkbox"/> Quinzenalmente 1006 <input type="checkbox"/> Semestralmente</p> <p>11 - Onde você obteve informação sobre esta empresa ? 1101 <input type="checkbox"/> Através de amigos 1102 <input type="checkbox"/> Recebeu uma visita dos funcionários da empresa 1103 <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio no rádio 1104 <input checked="" type="checkbox"/> Anúncio na TV 1105 <input type="checkbox"/> Lista telefônica 1106 <input checked="" type="checkbox"/> Classificados em jornais</p> <p>12 - Você escolheu esta empresa por causa de: 1201 <input type="checkbox"/> Qualidade nos produtos 1206 <input type="checkbox"/> Qualidade nos serviços 1202 <input type="checkbox"/> Amizade 1207 <input type="checkbox"/> Marca 1203 <input type="checkbox"/> Organização 1208 <input checked="" type="checkbox"/> Atendimento 1204 <input checked="" type="checkbox"/> Facilidade 1209 <input type="checkbox"/> Parentesco 1205 <input type="checkbox"/> Preços 1210 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>13 - O que você gostaria de encontrar nesta empresa. Além dos produtos e serviços já oferecidos ? 1301 <input checked="" type="checkbox"/> Amizade 1303 <input type="checkbox"/> Atenção 1302 <input type="checkbox"/> Companheirismo 1304 <input checked="" type="checkbox"/> Confiança</p> <p>14 - Como você ver o ambiente de trabalho desta empresa, marque quantas achar necessárias ? 1401 <input checked="" type="checkbox"/> Ambiente seguro 1405 <input type="checkbox"/> Ambiente inseguro 1402 <input type="checkbox"/> Motivador 1406 <input type="checkbox"/> Desmotivador 1403 <input type="checkbox"/> Organizado 1407 <input type="checkbox"/> Desorganizado 1404 <input type="checkbox"/> Agradável 1408 <input type="checkbox"/> Desagradável</p> <p>15 - Qual benefício esta empresa lhe traz ? 1501 <input type="checkbox"/> Comodidade 1503 <input type="checkbox"/> Satisfação 1502 <input type="checkbox"/> Confiabilidade 1504 <input checked="" type="checkbox"/> Nenhum</p>	<p>16 - Como você avalia as instalações físicas da empresa em pesquisa: 1601 <input type="checkbox"/> Ótima 1603 <input checked="" type="checkbox"/> Regular 1602 <input type="checkbox"/> Boa 1604 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>17 - Na hora de solicitar rapidamente o produto e serviço o que você fez? 1701 <input type="checkbox"/> Vou a empresa e escolho logo o produto e o serviço 1702 <input type="checkbox"/> Vai logo solicitando os serviços e os produtos 1703 <input type="checkbox"/> Liga por telefone e pede os produtos e os serviços 1704 <input checked="" type="checkbox"/> Entrar em contato com a empresa e solicita logo</p> <p>18 - Ao ir na empresa de sua escolha, o que você mais solicita marque quantas você quiser ? 1801 <input checked="" type="checkbox"/> Um bom atendimento 1809 <input checked="" type="checkbox"/> Pessoas alegres 1802 <input type="checkbox"/> Pessoas treinadas 1810 <input type="checkbox"/> Boa localização 1803 <input type="checkbox"/> Pessoas comunicativas 1811 <input checked="" type="checkbox"/> Juros mais baixo 1804 <input checked="" type="checkbox"/> Ambiente organizado 1812 <input type="checkbox"/> Confiabilidade 1805 <input checked="" type="checkbox"/> Maior credibilidade 1813 <input type="checkbox"/> Mais segurança 1806 <input checked="" type="checkbox"/> Maior espaço interno 1814 <input type="checkbox"/> Mais autonomia 1807 <input type="checkbox"/> Informatização 1815 <input checked="" type="checkbox"/> Menos burocracia 1808 <input checked="" type="checkbox"/> Credibilidade 1816 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>19 - É importante o superior se fazer conhecer e está interagindo com o cliente, por que ? 1901 <input type="checkbox"/> Dar mais segurança 1904 <input checked="" type="checkbox"/> É conveniente 1902 <input type="checkbox"/> Dar mais confiabilidade 1905 <input type="checkbox"/> Outro _____ 1903 <input checked="" type="checkbox"/> Dar mais credibilidade</p> <p>20 - Quais as características marcante do seu prestador de serviços e produtos marque quantas julgar necessárias: 2001 <input type="checkbox"/> Preços acessíveis 2004 <input type="checkbox"/> Comprometimento 2002 <input type="checkbox"/> Atendimento diferenciado 2005 <input checked="" type="checkbox"/> Responsabilidade 2003 <input checked="" type="checkbox"/> Valorização do cliente 2006 <input type="checkbox"/> Outro _____</p> <p>21 - Qual o envolvimento do seu prestador de serviços na solução de suas necessidades: 2101 <input type="checkbox"/> Satisfatória 2104 <input type="checkbox"/> Insatisfatória 2102 <input checked="" type="checkbox"/> Muito bom 2105 <input type="checkbox"/> Regular 2103 <input type="checkbox"/> Bom 2106 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>22 - Qual a sua impressão sobre os atendentes da empresa em pesquisa: 2201 <input type="checkbox"/> Ótima 2203 <input type="checkbox"/> Regular 2202 <input type="checkbox"/> Boa 2204 <input checked="" type="checkbox"/> Ruim</p> <p>23 - Como você avalia o atendimento desta empresa ? 2301 <input checked="" type="checkbox"/> Cortês/Personalizado 2303 <input type="checkbox"/> Frio/Muito rápido 2302 <input type="checkbox"/> Displicente/Duvidoso 2304 <input type="checkbox"/> Lento/Impessoal</p> <p>24 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento de ser atendido ? 2401 <input type="checkbox"/> Sim 2403 <input checked="" type="checkbox"/> Às vezes 2402 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>25 - Caso afirmativo, por que ? 2501 <input type="checkbox"/> Agiliza o atendimento 2503 <input checked="" type="checkbox"/> Maior confiabilidade 2502 <input type="checkbox"/> Maior credibilidade 2504 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>26 - Em caso negativo, por que ? 2601 <input type="checkbox"/> Apresenta problema 2602 <input checked="" type="checkbox"/> Funcionários despreparados 2603 <input type="checkbox"/> Tecnologia ultrapassada 2604 <input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>27 - Qual o seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento: 2701 <input type="checkbox"/> Ótimo 2703 <input checked="" type="checkbox"/> Regular 2702 <input type="checkbox"/> Bom 2704 <input type="checkbox"/> Ruim</p> <p>28 - Qual o perfil de um atendimento, marque até 03 opções: 2801 <input type="checkbox"/> Atencioso 2805 <input type="checkbox"/> Qualificado 2802 <input checked="" type="checkbox"/> Bem informado 2806 <input type="checkbox"/> Tem poder de decisão 2803 <input type="checkbox"/> Bem humorado 2807 <input checked="" type="checkbox"/> Tem responsabilidade 2804 <input checked="" type="checkbox"/> Ágil no atendimento 2808 <input type="checkbox"/> Outro _____</p>
<p>29 - Qual o contato estabelecido entre o funcionário e o cliente mes-</p>	<p>44 - Quando você resolve complementar seus produtos e serviços</p>

mo depois da prestação dos serviços

- 2901 Relacionamento de amizade
2902 Verdadeiros companheiros
2903 Interação e troca
2904 Nenhum
- 30 - A empresa demonstra preocupação com sua satisfação ?
3001 Sim 3003 Às vezes
3002 Não
- 31 - Em caso afirmativo, identifique na ordem importância, marque os mais importantes ?
3101 Passou a confiar mais
3102 Demonstra respeito
3103 Demonstra responsabilidade
3104 Fica tranquila/segura
3105 Sobe minha auto-estima
- 32 - Você recebe ou já recebeu um atendimento diferenciado ?
3201 Sim 3203 Às vezes
3202 Não
- 33 - Em Caso afirmativo, identifique na ordem importância, mencione alguns itens que leva a acreditar nisso:
3301 É sempre informado das novidades
3302 É sugerido a dar informações
3303 Tem pronto atendimento
3304 É consultado sobre sua satisfação
- 34 - Relacione o atendimento desta empresa com relação a outras empresas:
3401 Excelente 3404 Regular
3402 Muito bom 3405 Ruim
3403 Bom 3406 Precisa Melhorar
- 35 - Você já se sentiu discriminado por esta empresa ?
3501 Sim 3502 Não
- 36 - Caso afirmativo, por Quem ?
3601 Proprietário 3604 Vendedor
3602 Gerente 3605 Outros Funcionários
3603 Atendente
- 37 - Após Atendimento indevido, você reinviu seus direitos ?
3701 Sim 3702 Não
- 38 - Caso afirmativo, responda a solução tomada foi :
3801 A seu favor 3803 Ainda não foi resolvido
3802 A favor da empresa 3804 Bom para ambas as partes
- 39 - Para você ser um cliente fiel, o que a empresa precisa fazer ?
3901 Atendimento diferenciado
3902 Flexibilidade nas condições de pagamento
3903 Confiança nos produtos e serviços
3904 Respeito e transparência nas informações
3905 Preços acessíveis
3906 Pontualidade nos prazos de entrega
3907 Qualidade diferenciada nos produtos e serviços
- 40 - Em relação o novo produto e serviço, a empresa prestar alguma informação para você ?
4001 Em qualquer situação 4003 Não presta informação
4002 Na solicitação do serviço 4004 Fico sabendo por acaso
- 41 - Assinale os pontos fracos dos produtos e serviços desta empresa ?
4101 Juros elevados
4102 Falta de opções de pagamento
4103 Demora na solicitação dos serviços
4104 Falta de opções de prazo
4105 Tecnologia ultrapassada
4106 Atendimento
4107 Outro
- 42 - Quais os aspectos que você costuma usar no momento de escolher o produto e serviços ?
4201 Pela qualidade 4204 Por impulso
4202 Pelo atendimento 4205 Decide na hora
4203 Por maior disponibilidade
- 43 - Existe facilidade para solicitar os produtos e serviços nestas empresas:
4301 Sim 4303 Não

solicitados em outras empresas, é por que ?

- 4401 Tem menores juros 4404 Atendimento diferenciado
4402 Não tem burocracia 4405 A qualidade é diferente
4403 Facilidade na entrega 4406 Outros
- 45 - De que forma você costuma fazer seu pagamento ?
4501 Cartão de Crédito 4504 Boleto bancário
4502 Cheque 4505 Dinheiro
4503 Fatura 4506 Outro
- 46 - Na ordem de importância, enumere quantas achar necessário. Quais dos nossos serviços precisam ser melhorado ?
4601 Informatica
4602 Atendimento
4603 Comunicação
4604 Organização
4605 Aparência dos funcionários
4606 Sinalização
4607 Sistema de caixa
4608 Sistema de vigilância
4609 Decoração do ambiente
4610 Recepção
4611 Outros
- 47 - Ao fazer reclamação, qual a atitude da empresa em análise:
4701 Atenciosa 4704 Registra o fato
4702 Imparcial 4705 Não resolve
4703 Soluciona problema 4706 Investigar a situação
- 48 - Para você fugir rapidinho de uma empresa, enumere na ordem de importância até 5 vezes:
4801 Ambiente desorganizado
4802 Demora na solução de problemas
4803 Passa e repassa e ninguém resolve o problema
4804 Funcionários discutindo sem se entender
4805 Falta de autoridade confiável
4806 Funcionários desinformado
- 49 - De que forma você se lembrando pela empresa ?
4901 Sempre 4905 Lançamento de promoções
4902 Nunca 4906 Data do meu aniversário
4903 Na solicitação 4907 Não é lembrado
4904 Solicitação de serviços 4908 Outro
- 50 - Você está satisfeito com os produtos/serviços oferecidos por esta empresa ?
5001 Sim 5003 Não
5002 Por que
- 51 - Em caso negativo o que poderíamos fazer para melhorar ?
5101 Atender melhor 5104 Oferecer mais itens
5102 Criar promoções 5105 Promover mais prazo
5103 Melhorar o espaço 5106 Outro
- 52 - Na sua opinião, para conseguirmos mais clientes o que deveríamos fazer ?
5201 Pedir sugestão aos clientes
5202 Promover o cliente
5203 Mais propaganda
5204 Menor taxa de juros
5205 Mais atendimento
- 53 - Na sua opinião, cliente satisfeito é um cliente fiel ?
5301 Sim 5302 Não
- 54 - Você é fiel a esta empresa ?
5401 Sim 5402 Não
- 55 - Para que os clientes sejam fiéis à nossa empresa, ela precisa ser; marque as que julgar necessárias:
5501 Organizada 5505 Transparente
5502 Agradável 5506 Responsável
5503 Calorosa 5507 Agilidade dos serviços
5504 Atendimento diferenciado 5508 Outros
- 56 - Você já teve algum problema com esta organização :
5601 Sim 5602 Não
- 57 - Caso afirmativo, foi resolvido o problema ?
5701 Sim 5702 Não
- 58 - Você recomenda os nossos serviços/produtos a outros:
5801 Sim 5802 Não

Modelo da entrevista

1. Que você acha da forma como é feito o controle da qualidade na sua Empresa? A qualidade é um ponto primordial em sua empresa? O que mais sua empresa tem conseguido e porque tem conseguido com a qualidade?
2. De que forma a comunicação na empresa auxilia no desenvolvimento?
3. O que você, como funcionário, procura fazer para ser valorizado?
4. O que significa empresa interativa para você?
5. Quais benefícios trazem o controle de clientela?
6. Quais as principais dificuldades que a empresa enfrenta para manter seus clientes fiéis?
7. Sendo a comunidade um fator importante para o desenvolvimento da empresa, o que você faria para dinamizar essa comunicação?
8. As instalações físicas auxiliam no bom desenvolvimento das funções? Justifique sua resposta?
9. Como a maioria dos funcionários da empresa afirmaram ser ótimo o nível de progressão de cursos profissionalizantes. Na sua opinião, o que outros benefícios seriam importantes para essa progressão?
10. O que deve-se o fato da empresa manter constantes programas de capacitação? Como foi?
11. Na sua opinião, o que sua empresa poderia fazer mais para atrair a clientela?
12. O que pode acontecer a uma empresa que não valoriza seus funcionários?
13. O que significa para você: crescimento empresarial?
14. Como foi constatado que a empresa consegue a satisfação do consumidor, qual o seu envolvimento individual nesse feito?
15. Entrevistador: Com suas palavras, o que trouxe de mais importante para sua empresa os avanços tecnológicos?

Entrevistas

Entrevista realizada em 18/05/2004 na Empresa CAEMA.

1. Entrevistador: Que você acha da forma como é feito o controle da qualidade na sua Empresa? A qualidade é um ponto primordial em sua empresa? O que mais sua empresa tem conseguido e porque tem conseguido com a qualidade?

Entrevistado: Acho que considerando as nossas condições é feito um trabalho razoável e vemos sim, como de suma necessidade e estamos bem melhor na avaliação de nossos clientes, graças ao trabalho que está sendo feito.

2. Entrevistador: De que forma a comunicação na empresa auxilia no desenvolvimento?

Entrevistado: De todas as formas possíveis, pois ela é a base de tudo, por isso é que nós funcionários desenvolvemos um trabalho com uma comunicação voltada em prol da melhoria de nossas atividades.

3. Entrevistador: O que você, como funcionário, procura fazer para ser valorizado?

Entrevistado: Acatar as orientações e instruções dos superiores dentro da hierarquia da empresa, procurando sempre ser valorizado por estes para que possa me promover dentro da empresa e com isso consiga ter um cargo de chefia na minha área.

4. Entrevistador: O que significa empresa interativa para você?

Entrevistado: É uma empresa que está na frente das demais vivendo uma situação privilegiada, garantindo um lugar de sucesso no mercado, e com isso possa ter suas metas estabelecidas e alcançadas com muito sucesso.

5. Entrevistador: Quais benefícios trazem o controle de clientela?

Entrevistado: São muitos, pois o controle faz parte da empresa, sem controle não obtém sucesso e se a empresa teve um controle bem implantado na empresa, com certeza jamais ficará para trás das concorrentes.

6. Entrevistador: Quais as principais dificuldades que a empresa enfrenta para manter seus clientes fiéis?

Entrevistado: A concorrência sem dúvida é o grande problema seguido da desorganização de um modo geral, pois se a empresa não teve políticas que incentivem seus funcionários a trabalharem melhor e com mais qualidade, jamais conseguirá manter seus clientes fiéis por muito tempo.

7. Entrevistador: Sendo a comunidade um fator importante para o desenvolvimento da empresa, o que você faria para dinamizar essa comunicação?

Entrevistado: Agindo de modo que a comunidade viesse a participar de decisões sobre mudanças de hábitos da empresa. Criando com isso uma interação entre empresa e cliente para que o cliente se sinta mais prestigiado pela empresa, criando assim uma amizade que assegurará a satisfação para ambas as partes.

8. Entrevistador: As instalações físicas auxiliam no bom desenvolvimento das funções? Justifique sua resposta?

Entrevistado: Claro que sim, uma pessoa bem acomodado, com equipamentos a altura de suas funções, certamente ele terá um outro nível de desenvolvimento, aí sim ficará bem mais fácil concorrermos com os nossos concorrentes.

9. Entrevistador: Como a maioria dos funcionários da empresa afirmaram ser ótimo o nível de progressão de cursos profissionalizantes. Na sua opinião, o que outros benefícios seriam importantes para essa progressão?

Entrevistado: Aprofundar mais ainda neste sentido, visando atingir a todos, pois uma empresa se faz para todos e se a empresa tiver um bom nível de desenvolvimento é um sinal que os cursos profissionalizantes foram bem absorvidos por nós funcionários.

10. Entrevistador: O que deve-se o fato da empresa manter constantes programas de capacitação? Como foi?

Entrevistado: É que hoje ou se capacita ou se é excluído, tanto a empresa como o seu quadro de empregados é a globalização que estamos vivendo e se a empresa para no tempo, com certeza suas atividades ficarão ultrapassadas e conseqüentemente seus serviços não serão de uma boa qualidade.

11. Entrevistador: Na sua opinião, o que sua empresa poderia fazer mais para atrair a clientela?

Entrevistado: Tem que antes de tudo melhorar a qualidade dos serviços prestados, nunca se acomodar, pois o cliente quer sempre algo melhor e com isso possa ter suas expectativas atendidas da melhor forma possível, criando assim ainda mais clientes satisfeitos com os serviços que lhe foram oferecidos.

12. Entrevistador: O que pode acontecer a uma empresa que não valoriza seus funcionários?

Entrevistado: Ela simplesmente será rapidamente superada pela concorrência, pois seus empregados com este tratamento serão pessoas desmotivadas e não desenvolverão suas funções com uma qualidade e perfeição que se é esperado pelos consumidores na

empresa.

13. Entrevistador: O que significa para você: crescimento empresarial?

Entrevistado: Acho que trata-se de uma empresa com novos horizontes, enfim, com novas alternativas e sempre obter sucesso é uma empresa que procura sempre inovar suas metas para poder traçar novos objetivos e conseguir sempre se destacar nos seus concorrentes.

14. Entrevistador: Como foi constatado que a empresa consegue a satisfação do consumidor, qual o seu envolvimento individual nesse feito?

Entrevistado: Acho que ainda não atingimos este patamar, porém estamos sempre buscando satisfazê-los, e estou envolvido procurando fazer a minha parte para que a empresa que trabalho possa atender a todos da melhor forma possível as expectativas dos clientes.

15. Entrevistador: Com suas palavras, o que trouxe de mais importante para sua empresa os avanços tecnológicos?

Entrevistado: Eficiência no atendimento ao cliente e acima de tudo, rapidez nas pesquisas de informações, gerando mais agilidade nas soluções dos problemas e também na prestação dos serviços prestados aos consumidores.

Entrevista realizada em 18/05/2004 na Empresa CAEMA.

1. Entrevistador: Que você acha da forma como é feito o controle da qualidade na sua Empresa? A qualidade é um ponto primordial em sua empresa? O que mais sua empresa tem conseguido e porque tem conseguido com a qualidade?

Entrevistado: O controle de qualidade é encarado com muita seriedade, esse controle foi implantado com maior rigor no início do ano de 2003, pois anteriormente, existia um controle bacteriológico da água consumida pela população e esse controle era feito apenas uma vez por mês e essas amostras coletadas eram enviadas para o laboratório sede que fica em São Luís. No final do ano de 2002, fizemos um levantamento dos equipamentos e material que seriam necessários para que pudéssemos realizar essas análises aqui mesmo no laboratório de São João dos Patos, pois a partir de 2003, teríamos que cumprir uma portaria do Ministério da Saúde (1469/00). Contando com a compreensão da Diretoria da empresa que, consciente, do cumprimento, de forma mais ágil possível, adquiriu esses equipamentos, onde passamos a realizar coletas semanalmente em toda a rede de distribuição e nos poços essas análises são feitas 03 vezes por semana, onde o residual de cloro é feito 06 vezes ao dia para que não haja excesso de dosagem.

2. Entrevistador: De que forma a comunicação na empresa auxilia no desenvolvimento?

Entrevistado: Se, se refere-se ao setor de comunicação, ele auxilia integrando os diferentes setores que compõem a CAEMA, mostrando o que cada divisão vem fazendo de inovador, ou mesmo dando destaque a alguma unidade de negócios que vem progredindo o gerenciamento para que os demais sigam o exemplo. Informando, também sobre cursos de aperfeiçoamento.

3. Entrevistador: O que você, como funcionário, procura fazer para ser valorizado?

Entrevistado: Procuo sempre expor, além do profissionalismo, a capacidade que tenho em me relacionar com os meus colegas de serviço. Sempre respeitando-os e sempre tratando-os de igual para igual, pois a partir daí nasce um novo conceito do relacionamento na empresa, onde juntando profissionalismos vezes a relação humana consigo obter qualidade nos meus serviços junto à CAEMA.

4. Entrevistador: O que significa empresa interativa para você?

Entrevistado: Uma empresa que exerce um trabalho mútuo, ou seja, empresa e comunidade, pois uma empresa depende da satisfação dos seus clientes (consumidores), mas isso deve acontecer, antes mesmo, dentro da empresa, ou seja, os gerentes devem fazer reuniões juntamente com os demais funcionários, expor situações e ouvindo opiniões, pois dessa interação deve sair resoluções que podem vir a beneficiar a própria empresa e dessa forma melhorar a qualidade dos serviços para a comunidade.

Existe interação entre a comunidade e a CAEMA, no momento em que um consumidor verifica algum vazamento de como é de imediato comunicar às nossas atendentes, que prontamente se encarrega de passar a observação adiante, e assim somar o problema.

5. Entrevistador: Quais benefícios trazem o controle de clientela?

Entrevistado: Benefícios para própria progressão da empresa fazendo dessa forma um quadro seletivo. Em nossa empresa não podemos fazer este tipo de destinação afinal de contas a empresa promove promoções para os tipos de clientes, principalmente para os inadimplentes.

6. Entrevistador: Quais as principais dificuldades que a empresa enfrenta para manter seus clientes fiéis?

Entrevistado: Infelizmente a CAEMA, visando não perder grande parte de seus consumidores, às vezes, “mete os pés pelas mãos” oferecendo algumas vantagens aos usuários inadimplentes, dessa forma ela faz com que aquele consumidor que paga sua conta de água “certinho”, venha a se tornar, também, um usuário inadimplente.

Eu particularmente, acho que a empresa deveria além de facilitar os pagamentos de contas dos usuários mais carentes que estão em débito, deveria oferecer descontos aos usuários que estão em dias com suas contas. Pois quando a CAEMA efetua o corte de um cidadão que não tem realmente condições de pagar a sua conta, ele fica tão desesperado que vem a efetuar uma ligação clandestina, que é o que chamamos de by-pass, e isso é contra a Lei, é furto de água.

7. Entrevistador: Sendo a comunidade um fator importante para o desenvolvimento da empresa, o que você faria para dinamizar essa comunicação?

Entrevistado: Procuraria sempre estar de bem com a mídia, pois é o veículo mais rápido que nos leva aos nossos consumidores. A partir daí, mostrar os trabalhos que temos realizados, as vantagens que fornecemos aos nossos consumidores. Não deixaria jamais de relacionar o trio perfeito, empresa versus produtos, versus clientes.

Procuraria também conscientizar a comunidade quanto ao desperdício de água, pois desperdiçamos bastante e sabemos que as guerras pela posse de reservas de petróleo estão sendo gradativamente substituídas pelas “guerras da água”, onde quem tiver posse da água, isso será sinônimo de poder, de autoridade.

8. Entrevistador: As instalações físicas auxiliam no bom desenvolvimento das funções? Justifique sua resposta?

Entrevistado: Eu acredito que sim, pois temos sistemas (cidades) que seus escritórios são de uma estrutura precária, escritórios esses em que nem o funcionário do local, consegue ficar, pois o calor é enorme, então nesse caso como fica a situação do consumidor, que, claro, quer ter um mínimo de conforto em uma repartição pública? Eu acredito que a qualidade do produto vem em primeiro lugar, mas a imagem, a estética, também é muito importante.

9. Entrevistador: Como a maioria dos funcionários da empresa afirmaram ser ótimo o nível de progressão de cursos profissionalizantes. Na sua opinião, o que outros benefícios seriam importantes para essa progressão?

Entrevistado: Na verdade, é um investimento em que melhora a qualidade da mão-de-obra, melhora até a auto-estima do profissional, a questão do viver pode ou espalmar dúvidas e soluções de problemas.

10. Entrevistador: O que deve-se o fato da empresa manter constantes programas de capacitação? Como foi?

Entrevistado: Esses programas de capacitação visa melhorar cada vez mais a qualidade dos serviços, ou seja, é um investimento em que todos gozaram. O funcionário com mais conhecimentos e a empresa qualidade, porque terá um funcionário melhor preparado.

O último que fiz, foi um curso voltado apenas para químicos, foi sobre a recuperação de leitos filtrantes, que já executamos em nossa estação de tratamentos de água em Colinas e o outro foi programa de Remoção de incrustações, que, felizmente não temos esse problema em nossos poços.

Então, através desse curso, evitou-se que tivesse que ser contratada uma outra empresa para realizar esse serviço em Colinas, ou seja, a empresa ganhou muito com isso.

11. Entrevistador: Na sua opinião, o que sua empresa poderia fazer mais para atrair a clientela?

Entrevistado: Descontos para os clientes em dias e mais prazo de pagamentos

12. Entrevistador: O que pode acontecer a uma empresa que não valoriza seus funcionários?

Entrevistado: Acredito que a empresa venha a “fechar as portas”, pois os braços e as pernas de uma empresa são seus funcionários. Então se os dirigentes da empresa não valorizar os seus funcionários, essa empresa jamais progredirá tanto quanto, como se ocorre o inverso, nesse caso o setor de relações humanas deve ser ativo.

13. Entrevistador: O que significa para você: crescimento empresarial?

Entrevistado: Talvez esteja voltado a uma equipe de profissionais preparados em qualidade dos serviços em que a empresa é especializada, essa equipe verifica como o ambiente social e físico estão relacionados com o seu crescimento. O crescimento empresarial pode ser adquirido, também através de cursos abertos, treinamentos, esses cursos na CAEMA são destinados apenas aos gerentes. É certo que a empresa necessita da ampliação de experiências e conhecimentos externos para, em conjunto com suas competências internas, vencer desafios presentes e construir o futuro.

14. Entrevistador: Como foi constatado que a empresa consegue a satisfação do consumidor, qual o seu envolvimento individual nesse feito?

Entrevistado: São realizadas reuniões mensais as quais engloba todas as unidades de negócios, nessas reuniões faz-se uma avaliação que inclui, também, a satisfação do cliente. Quanto os serviços prestados pela CAEMA, que são baseados nos números de reclamações, quanto a qualidade e quantidade de água, aqui em São João dos Patos, essas reclamações são mínimas, mas quando as temos procuramos logo solucioná-las.

O meu envolvimento é com a qualidade do produto, o qual encaro sempre com seriedade, fazendo o tratamento da água dos poços para que não haja risco de contaminação de maneira alguma.

15. Entrevistador: Com suas palavras, o que trouxe de mais importante para sua empresa os avanços tecnológicos?

Entrevistado: A qualidade e quantidade. Perfuração de poços em muito menos tempo; limpeza de poços por pistonagem (antes era apenas por compressor); serviços de melhor eficiência; Utilização de hidrovetores para cloração de água de poço (antes era por gotejamento, tratamento sem muita precisão); Projeto de pesquisas que desenvolveram novos produtos para resolução de alguns problemas no que tange o trabalho como incrustações, ferro-bactérias, reduziu os efeitos da dureza da água, entre outros, onde esses produtos visam o fortalecimento de nossos ideais na qualidade do produto e conseqüentemente, também, de nossos objetivos comerciais.

Entrevista realizada em 18/05/2004 na Empresa CEMAR.

1. Entrevistador: Que você acha da forma como é feito o controle da qualidade na sua Empresa? A qualidade é um ponto primordial em sua empresa? O que mais sua empresa tem conseguido e porque tem conseguido com a qualidade?

Entrevistado: Na nossa empresa o controle de qualidade é feito da melhor maneira possível, temos a qualidade como um fator primordial. Com isso procuramos sempre implantar o controle de qualidade para que nossos clientes fiquem satisfeitos com nossos serviços.

2. Entrevistador: De que forma a comunicação na empresa auxilia no desenvolvimento?

Entrevistado: Sabemos que para o completo desenvolvimento, é necessário algumas ferramentas como a comunicação, porque ela dá um suporte completo neste processo de desenvolvimento, fazendo com isso uma interação mais proveitosa para a empresa. Proporcionando um desenvolvimento bastante aceito pelos funcionários como também para os consumidores.

3. Entrevistador: O que você, como funcionário, procura fazer para ser valorizado?

Entrevistado: Procuo da melhor forma possível desempenhar bem minhas tarefas, proporcionando para minha empresa, um sucesso, e um desenvolvimento mais amplo, esperando com isso uma melhor valorização.

4. Entrevistador: O que significa empresa interativa para você?

Entrevistado: Para mim a interação é uma forma de motivar as pessoas, a desempenhar melhor as suas funções, garantindo assim resultados mais satisfatórios não só para meus funcionários como para a minha empresa.

5. Entrevistador: Quais benefícios trazem o controle de clientela?

Entrevistado: O controle de clientela trás muitos benefícios, porque quando a empresa faz este controle fica melhor você conhecer seus clientes, e com isso a empresa pode proporcionar aos seus consumidores produtos e serviços de melhor qualidade.

6. Entrevistador: Quais as principais dificuldades que a empresa enfrenta para manter seus clientes fiéis?

Entrevistado: Na nossa empresa, um fator muito importante é a questão da inadimplência, que é muito grande, e com isso temos que traçar soluções que possa resolver estes problemas, fazendo com que os consumidores fiquem fiéis a nossa empresa.

7. Entrevistador: Sendo a comunidade um fator importante para o desenvolvimento da empresa, o que você faria para dinamizar essa comunicação?

Entrevistado: Bom para a empresa dinamizar essa comunicação é necessário que a companhia e nós funcionários disponibilizemos aos consumidores canais de acesso a suas atitudes criando com isso uma interação bastante proveitosa, tanto para nós funcionários e

a empresa como para os clientes.

8. Entrevistador: As instalações físicas auxiliam no bom desenvolvimento das funções? Justifique sua resposta?

Entrevistado: Quando se trabalhar em um ambiente bastante agradável, fica melhor a desempenhar nossas funções e com certeza produziremos mais e melhor meu serviço, garantindo não só para a empresa um serviço de qualidade como também os funcionários ficam mais a vontade no meu serviço.

9. Entrevistador: Como a maioria dos funcionários da empresa afirmaram ser ótimo o nível de progressão de cursos profissionalizantes. Na sua opinião, o que outros benefícios seriam importantes para essa progressão?

Entrevistado: A implantação de novos cursos profissionalizantes, para poder dar um maior conhecimento para nós funcionários e com isso produziremos com mais qualidade nossos serviços.

10. Entrevistador: O que deve-se o fato da empresa manter constantes programas de capacitação? Como foi?

Entrevistado: Na minha opinião, acho que quando a empresa proporciona para nós funcionários, programas de capacitação, eu acho que ela quer crescer e proporcionar aos consumidores produtos e serviços de melhor qualidade.

Quando eu fiz este programa, procurei da melhor forma possível aprender tudo o que estava sendo me ensinado para poder pôr em prática com qualidade tudo o que eu aprendi nestes cursos de capacitação.

11. Entrevistador: Na sua opinião, o que sua empresa poderia fazer mais para atrair a clientela?

Entrevistado: Proporcionar aos consumidores pacotes de promoções que incentivem os clientes a pagar suas contas em dias, criando no mesmo instante uma relação de amizade entre consumidor e empresa.

12. Entrevistador: O que pode acontecer a uma empresa que não valoriza seus funcionários?

Entrevistado: Eu acho que quando a empresa não valoriza seus funcionários é uma empresa que está bem perto do fracasso. Mas na nossa empresa é feito uma valorização de mês em mês, para poder medir o nosso nível, e poder dar gratificações, e com isso procuraremos a desempenhar sempre melhor nossos serviços.

13. Entrevistador: O que significa para você: crescimento empresarial?

Entrevistado: Na minha opinião, crescimento empresarial, é uma empresa que está sempre inovando suas atitudes com relação aos serviços prestados aos consumidores, também entendo que o crescimento só acontece se todos os demais participantes da empresa se dedicarem a produzir os produtos e serviços de melhor qualidade.

14. Entrevistador: Como foi constatado que a empresa consegue a satisfação do consumidor, qual o seu envolvimento individual nesse feito?

Entrevistado: Quando o consumidor parabeniza uma empresa, é porque seus serviços estão atingindo seus objetivos, que é a satisfação dos clientes, e eu estou inteiramente interligado porque sou eu que faço este processo acontecer. E procuro da melhor forma possível a fazer meu serviço com qualidade e muita força de vontade.

15. Entrevistador: Com suas palavras, o que trouxe de mais importante para sua empresa os avanços tecnológicos?

Entrevistado: Na minha opinião, a velocidade dos dados da empresa que antigamente levava 3 a 4 dias para levantar todas as informações, hoje é feita no máximo em 3 horas. Também digo que o computador é o principal responsável pelo feito, proporcionando com isso mais agilidade e rapidez nas informações solicitadas pelos nossos consumidores.