

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

ADRIANA MADEIRA COELHO
MARCUS AURÉLIO MACEDO COSTA
MARIA DOS SANTOS MENDES

**A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL ENTRE AS
PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SÃO JOÃO
DOS PATOS**

São João dos Patos
2004

ADRIANA MADEIRA COELHO
MARCUS AURÉLIO MACEDO COSTA
MARIA DOS SANTOS MENDES

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL ENTRE AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SÃO JOÃO DOS PATOS

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

ORIENTADOR: Samuel Velásquez

São João dos Patos
2004

Coelho, Adriana Madeira

A Concorrência Empresarial nas Pequenas e Médias Empresas na cidade do interior do Maranhão / Adriana Madeira Coelho, Marcus Aurélio Macedo Costa, Maria dos Santos Mendes – São João dos Patos, 2004

212 f: il

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

1. Concorrência; 2. Liderança; 3. Motivação; 4. Planejamento; 5. Salário. I – Costa, Marcus Aurélio Macedo; II – Mendes, Maria dos Santos; III – Título.

CDU: 658.017.2/.3 (812.1 São João dos Patos)

ADRIANA MADEIRA COELHO
MARCUS AURÉLIO MACEDO COSTA
MARIA DOS SANTOS MENDES

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL ENTRE AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SÃO JOÃO DOS PATOS

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

Aprovado em 21/01/05

BANCA EXAMINADORA

Professor Samuel Velázquez (Orientador)
Universidade Estadual do Maranhão

Prof.:

Prof.:

Prof.:

A todos os nossos familiares

“Coisas miúdas, coisas que escapam ao maior número, coisas de míope. A vantagem dos míopes é enxergar onde as grandes vistas não pegam”

Machado de Assis

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter nos dado a oportunidade de nascer, crescer e desfrutar das coisas boas da vida;

Aos nossos familiares por estarem sempre presentes, nos apoiando e ajudando a encontrar as melhores soluções para os problemas, principalmente aos nossos pais, que dedicaram suas vidas as nossas;

A todos os orientadores pela dedicação e paciência, nos motivando a superar com força e garra todos os obstáculos e, principalmente a Henrique Monteiro, amigo querido que nos aconselhou, nos motivou e sempre esteve ao nosso lado, ajudando a encontrar as soluções.

A nossa coordenadora de curso Edna Santana Nolêto;

Ao nosso magnífico reitor professor Waldir Maranhão Cardoso;

Aos nossos colegas e companheiros inseparáveis, principalmente, a Jucyella, Adrianna e Adieuson de Lucena, Istélio, Alice Guimarães, Maria Silvia Lira, Silvana, a Waldeir Correia da Silva, Jacilene e em especial a nossa querida amiga Ângela Regina.

A todos os organizadores dos cursos seqüenciais;

Aqueles que tem como virtude à dedicação, terão tudo o que a vida reserva de bom.

Um agradecimento muito especial ao nosso orientador Samuel Velásquez, pela paciência, dedicação e pelo carinho que durante todo o curso mostrou ter por todos nós.

RESUMO

Este estudo fornece com precisão dados que medem as preferências e tendências dos consumidores de produtos / serviços oferecidos pelos pequenos e médias empresas da cidade de São João dos Patos.

Verificou-se todos os níveis hierárquicos existentes, desde o topo até a base. Foram esclarecidas as preferências e opiniões dos clientes internos e externos para analisar as condições oferecidas pelas organizações através de técnicas aplicadas e de um rigoroso acompanhamento, medindo o compromisso dos profissionais envolvidos e o grau de motivação no cumprimento dos objetivos propostos.

Constatou-se que as organizações têm priorizado satisfazer os clientes, realizando treinamentos para a qualificação dos seus funcionários, visando a competitividade do mercado. As organizações competiram usando seu material humano da melhor forma possível, mantendo um alto grau de motivação entre os funcionários, através de salários compatíveis com a realidade existente, guiados e dirigidos através de uma planificação estratégicas que garanta o êxito da organização.

Palavras-chaves: Concorrência – liderança – motivação – planejamento - salário

RESUMEN

Este estudio fornece com precisión datos que miden las preferências y tendencias de los consumidores de productos/servicios ofrecidos por las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de São João dos Patos.

Se verificó todos los niveles jerárquicos existentes, desde el topo hasta la base. Fueron esclarecidos las preferencias y opiniones de los clientes internos y externos para analizar las condiciones de trabajo ofrecidas por las organizaciones através de técnicas aplicadas y de un riguroso acompañamento, modiando el compromiso de los profesionales envueltos y el gusto de motivación en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Se constató que las organizaciones han priorizado satisfacer sus clientes, realizando entrenamientos para la cualificación de sus funcionários visando la competitividad del mercado. Los organizaciones competirán usando su material humano de la mejor forma posible, manteniendo un alto gusto de motivación entre los funcionarios, através de salários compatibles con la realidad existente, guiados y dirigidos através de una planificación estratégica que garantice el efecto de la organización.

Palabras-claves: Concorrenca – lideranza – motivación – planificación - salario

LISTA DE TABELAS

3.3.1. Universo e Amostra da Pesquisa de Campo	49
3.3.2. Amostra selecionada para aplicação de questionários	51
3.4.1. Universo analisado na Pesquisa Estudo de Caso	52
3.4.4. Amostra selecionada na aplicação de entrevistas na empresa A. F	53
3.4.5. Amostra selecionada na aplicação de entrevistas na empresa C. V.	53
4.1. Análise da relação entre faixa etária e o sexo dos funcionários.....	57
4.1.1. Diagnóstico da influência do líder na motivação da equipe	60
4.1.2. Avaliação das atitudes do líder quando não há o alcance das metas.....	64
4.1.3. Diagnóstico da influência do ambiente físico na concorrência entre as empresas.	68
4.2.1. Avaliação do relacionamento das equipes através dos fatores de insatisfação	72
4.2.2. Checagem da influência dos filhos no grau de motivação dos empregados.....	76
4.2.3. Avaliação do tempo de exercício da mesma função na influência na busca de qualidade	79
4.2.4. Checagem da satisfação pelos eventos oferecidos pelas empresas mediante a como deve ser o ambiente de trabalho	82
4.3.1 A avaliação do ambiente organizacional diante do responsável pelo planejamento das empresas	85
4.3.2. Porque o líder motiva e elogia a equipe trazendo comprometimento com sucesso da empresa e o planejamento adotado	89
4.3.3. O porque da interação da equipe com respeito à viabilidade das metas e o conhecimento como fator de desenvolvimento da empresa	92
4.3.4. Como as informações sobre qualidade dos produtos e serviços utilizados influenciam na escolha dos mesmos	95
4.3.5. Verificação da utilização de recursos tecnológicos como facilitador na obtenção de novos produtos e serviços	99
4.3.6. Como a utilização de recursos tecnológicos altera o perfil do atendente	103

4.3.7. Verificação das orientações dadas pelas empresas sobre os produtos e como é o ambiente físico das mesmas	107
4.3.8. A análise da aceitação por parte das empresas sobre a opinião do consumidor e como é o atendimento	110
4.4.1. Avaliação do critério de bonificação e o tempo de serviço dos funcionários	114
4.4.2. Aplicação das avaliações de desempenho e o porque de trabalhar na empresa	117
4.5.1. A avaliação das técnicas utilizadas pelas empresas para se adaptarem as mudanças e como é feita a pesquisa de mercado	121
4.5.2. Diagnóstico da influência do grau de escolaridade no cargo ocupado pelos funcionários	125
4.5.3. Avaliação do tempo de discussão das metas e quais as vantagens de cada empresa com respeito à concorrência	129
4.5.4. Análise das informações dadas pelas empresas sobre os produtos e qual contato entre funcionários e clientes após o atendimento	132
4.5.5. Averiguação do grau de satisfação dos clientes enquanto ao atendimento e o que leva os mesmos a permanecerem fiéis a empresa	136
4.5.6. Checagem dos meios de relacionamento empresa cliente	140
4.5.7. Avaliação do grau de satisfação do atendimento e quais as atitudes das empresas com respeito às opiniões do consumidor	143
4.5.8. Os fatores e motivos que levam os consumidores a serem exigentes e fidelizarem-se a empresa	147

LISTA DE GRÁFICOS

4.1.	Demonstrativo da análise da faixa etária e idade dos funcionários	58
4.1.1.	Demonstrativo da análise da influência do líder na motivação da equipe ...	62
4.1.2.	Demonstrativo da análise das formas de avaliação do líder	66
4.1.3.	Comparativo do ambiente físico entre as empresas em concorrência	70
4.2.1.	Diagnóstico do relacionamento das equipes com os fatores de insatisfação	74
4.2.2.	O porque da influência dos filhos na motivação dos funcionários	77
4.2.3.	Diagnóstico do tempo de função com a busca de qualidade	81
4.2.4.	Amostragem da satisfação sobre os eventos com a avaliação do ambiente de trabalho	84
4.3.1.	Resultado da avaliação do ambiente e quais os responsáveis pelo planejamento	87
4.3.2.	Demonstrativo do sucesso e do comprometimento dos colaboradores das empresas e do seu planejamento	90
4.3.3.	Amostra da viabilidade das metas através da interação da equipe e o conhecimento valorizado pela empresa	94
4.3.4.	Resultado da influencia na qualidade dos produtos e serviços	98
4.3.5.	Amostra do resultado da utilização de recursos tecnológicos para aquisição de novos produtos e serviços através de informações	101
4.3.6.	Demonstrativo da importância de utilizar recursos tecnológicos refletindo no perfil do atendente	105
4.3.7.	Amostra da avaliação das orientações dadas sobre os produtos e o ambiente físico	108
4.3.8.	Comparativo da opinião dos consumidores sobre o atendimento das empresas	112
4.4.1.	Diagnóstico da dedicação dos funcionários para com as empresas e os critérios utilizados pelas mesmas para recompensá-los	116
4.4.2.	Demonstrativo dos motivos de trabalhar na empresa e a opinião sobre as avaliações de desempenho	119

4.5.1.	Comparativo da avaliação das formas de pesquisar o mercado e como ocorre o acompanhamento das mudanças	123
4.5.2.	Amostra da influência do grau de escolaridade no cargo que ocupa cada funcionário	127
4.5.3.	Demonstrativo da avaliação das vantagens competitivas e o tempo de discussão das metas	131
4.5.4.	Demonstrativo da análise sobre a manutenção de contato e as informações oferecidas pelas empresas	134
4.5.5.	Demonstrativo da averiguação feita sobre a qualidade do atendimento e os motivos da fidelidade	138
4.5.6.	Demonstrativo dos meios de relacionamento empresa cliente	142
4.5.7.	Demonstrativo da avaliação sobre como agem as empresas com respeito as opiniões dos clientes e a satisfação sobre o atendimento	145
4.5.8.	Amostragem dos fatores de exigência e motivos da fidelidade	149

LISTA DE SIGLAS

UEMA - Universidade Estadual do Maranhão

P. S. J - Posto São João

C. V. - Comercial Vitória

A. F. - Armazém O Freitas

F (1) - Funcionário 1 da Empresa Armazém o Freitas

F (2) - Funcionário 2 da Empresa Comercial Vitória

F (3) - Funcionário 3 da Empresa Posto São João

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. REVISÃO DA LITERATURA	25
2.1. A concorrência no mercado atual	25
2.2. A liderança como fator decisivo	27
2.3. A motivação levando equilíbrio e dinamismo às empresas	36
2.4. Planejamento como estratégia para o sucesso	37
2.5. Adequação salarial e remuneração justificada	41
3. METODOLOGIA	48
3.1. Pesquisa Bibliográfica	48
3.2. Pesquisa Documental	48
3.3. Pesquisa de Campo	48
3.3.1. Universo e Amostra	49
3.3.2. Procedimentos para coleta de dados	49
3.3.3. Instrumentos:	50
3.3.4. Sujeitos Entrevistados:	50
3.4. Pesquisa Estudo de Caso	51
3.4.1. Universo e amostra:	52
3.4.2. Procedimentos para Coleta de Dados	52
3.4.3. Instrumentos:	53
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO	55
4.1. Checagem das formas de lideranças exercida nas empresas e sua influência na motivação os funcionários	59
4.2. Exame do nível de motivação profissional dos funcionários no aumento das vendas	71

4.3. Verificação das diversas formas de planejamento existentes nas organizações	84
4.4. Análise dos planos de cargo de salário das empresas e seus reflexos na motivação	113
4.5. Avaliação da contribuição do líder no crescimento econômico	119
5. CONCLUSÃO	159
6. BIBLIOGRAFIA	
7. APÊNDICE	

CAPÍTULO I

1. INTRODUÇÃO

Atualmente a concorrência empresarial está cada vez mais acirrada, a busca incessante pela satisfação total dos consumidores, o empenho dos empresários para conquistar e, conseqüentemente fidelizar o consumidor, tem se tornado o grande diferencial competitivo.

O presente estudo tem como tema: **A concorrência empresarial entre as Pequenas e Médias Empresas** da cidade de São João dos Patos-MA, o qual dará subsídios aos empreendedores de como permanecer no mercado competitivo atualmente, apontando principalmente as diversas formas de motivação que são utilizadas pelos líderes das empresas **A. F. C. V. e P. S. J.** Enfatizando a maneira pela qual os líderes conduzem as equipes de trabalho nas organizações estudadas.

Escolhemos este tema pela relevância que este assunto tem nos dias atuais, em função da competitividade entre as empresas e a busca ininterrupta do ser humano em encontrar meios para satisfazer-se e obter a auto-realização no ambiente de trabalho.

A concorrência empresarial vem se expandindo ao longo dos anos, em conseqüência do número cada vez mais crescente de empresas que surgem no mercado. Naturalmente, por força do aparecimento inegável de organizações que correspondem a demanda por melhores condições, facilitando a aquisição dos produtos e serviços, a concorrência tende a aumentar.

Considerando que nossa pesquisa enfatiza as pequenas e médias empresas e seu desenvolvimento junto à concorrência, a partir daí poderá ser feita uma análise dos pontos positivos e negativos, comparando-se as estratégias utilizadas por cada empresa para melhor situar-se no mercado.

O desenvolvimento do estudo sobre a concorrência possibilitou maior

compreensão sobre a competitividade entre as empresas, pois a análise realizada nos últimos anos nos mostrou que esse acirramento é constante, proporcionando ainda um leque de opções para os consumidores, que por sua vez valorizarão cada vez mais as empresas existentes.

A prática com a realização dessa investigação científica nos deu um arsenal de informações precisas sobre o que ocorre no mercado e quais as tendências mais importantes a serem observadas para possíveis investimentos em áreas nas quais se verifica maior deficiência. Por conta disso, podemos perceber que é através da concorrência que se deve priorizar o bom atendimento, buscando sempre a satisfação da clientela. “As pessoas não querem ser tratadas como um número na multidão, mas entendidas por suas necessidades específicas.” (Você S/A 2004. Ed. 69. pág. 27)

Nossa problemática consiste em demonstrar em que medida a motivação dentro das equipes de trabalho das organizações tem influenciado na liderança direcionada ao crescimento das pequenas e medias empresas na cidade de São João dos Patos-MA nos últimos dois anos? Será que ao motivarmos os funcionários conseguiremos obter resultados mais satisfatórios? Um líder deve priorizar a motivação de seus liderados? Acompanhar as mudanças significa manter-se no mercado competitivo?

As organizações, ao longo do tempo, sobre tudo as pequenas e medias empresas, têm demonstrado um grande interesse em estudar o comportamento dos participantes, com o intuito de fazê-los produzir mais e mais. E fato consumado, que a motivação, principal ferramenta para o desenvolvimento das organizações, bem como dos seus recursos humanos, tem sido fator decisivo para o bom desempenho das equipes de trabalho instaladas no ambiente interno das entidades na cidade de São João dos Patos-MA.

Evidentemente, que se um participante se sente desmotivado, fatalmente estará comprometendo o seu crescimento, e conseqüentemente, deixará de produzir de modo a não suprir a demanda. Assim, ao contrario, quando um profissional tem o seu esforço reconhecido e seus trabalhos recompensados, os seus serviços tenderão a se tornar bem mais confiáveis,

enquanto que os produtos que são disponibilizados por este, terão maior aceitação. Enquanto a liderança das equipes estiver respaldada pela motivação, as empresas sempre terão grandes oportunidades de crescer.

Atualmente, as instituições estão mais envolvidas com as questões relacionadas às vantagens competitivas, procurando oferecer melhorias na inserção, distribuição e divulgação dos produtos e serviços no mercado, que tem dado sinais de que as pequenas e médias empresas terão que ser extremamente inovadoras no trato com o consumidor.

Para obter resultados positivos, qualquer equipe precisa estar bastante motivada, pois, não encontrará dificuldades em superar os obstáculos. A maior conquista para uma empresa é sua permanência no mercado. Observa-se que as organizações em São João dos Patos-MA conquistaram um avanço considerável em relação à concorrência, possibilitando um melhor preparo nos últimos dois anos, prova disto, é que se compararmos a atual situação de mercado (vendas, localização, preço, prazo de entrega, bem-estar, e.t.c), com situações passadas, logo se percebe uma mudança significativa na maneira como são conduzidas. E nessa perspectiva que os pequenos empresários possibilitarão a superação dos concorrentes, colocando em destaque as organizações patoenses. “Um bom líder consegue manter a satisfação dos funcionários em alta apesar das adversidades.” (Você S/A. Ed. 70, Abril / 2004, pág. 25).

Na proporção que uma empresa possui um planejamento estratégico, visando a aplicação de todas as tarefas e atribuições para os respectivos cargos, com certeza a distribuição de salários atenderá as necessidades de cada funcionário.

Desde de que o homem decidiu tomar a frente dos negócios, percebeu-se que o surgimento de toda e qualquer organização só se dá a partir de um planejamento detalhado de suas ações.

Não basta entrar no mercado, é necessário permanecer e a ferramenta principal que deve ser utilizada constantemente é o planejamento.

O planejamento estratégico é peça chave das empresas que tem uma visão mais ampla sobre o comportamento do mercado, para tanto se faz necessário acompanhar as mudanças nos hábitos dos consumidores externos e internos.

A medida que uma empresa utiliza no seu cotidiano as diretrizes de um bom planejamento refletirão diretamente no desempenho dos seus empregados, visto que os mesmos farão jus aos salários recebidos, em decorrência desse fato à qualidade dos produtos e/ou serviços excederá as expectativas, pois a satisfação virá acompanhada de benefícios.

Com tudo isso, podemos observar que a permanência das empresas no mercado competitivo se justifica pela execução adequada de planejamento estratégico, é um procedimento fundamental, pois torna os processos mais eficientes e eficazes, garantindo maior qualidade.

Uma organização que faz uso de ações planejadas garante a satisfação tanto dos clientes externos como internos, assegurando assim a permanência no mercado competitivo. “Quando se planeja as ações, o empreendedor consegue respostas para todas as perguntas que dizem respeito a seu empreendimento.” (Fernando Dolabela, 2002, pág. 83)

O presente trabalho tem como o objetivo geral demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando à liderança e, conseqüentemente, a sua repercussão no nível de motivação dos funcionários.

Hoje, estar atento à concorrência e as mudanças ocorridas no mercado, é investir no sucesso dos negócios. E evidente que esse sucesso é também justificado pela maneira mais correta de conduzir as empresas, dinamizando os processos e tendo como maior aliado o poder de saber ser flexível.

O estudo realizado até hoje, não deixa dúvidas que a motivação profissional é fundamental para agilizar o alcance das metas e qualificar os produtos e serviços finais, e isso se dá em face de uma liderança participativa, que procura sempre interagir com os liderados.

Saber concorrer é primordial, assim como manter os participantes da organização

estimulados e de bem com o seu trabalho, tornando-os atuantes em busca de qualidade nos produtos e serviços prestados, conquistando a satisfação e a fidelização dos consumidores.

Nosso primeiro objetivo, consiste em analisar as formas de liderança exercidas nas empresas e sua influência na motivação dos funcionários, por acreditarmos que existe uma grande preocupação das empresas de terem no comando pessoas que priorizem a liderança direcionada à participação e cumplicidade de todos os participantes, e que isso pode refletir diretamente no grau de satisfação dos clientes internos, ou seja, os empregados ficarão cada vez mais motivados a desempenhar com sucesso seus papéis, pois nos dias atuais, manter os colaboradores entusiasmados é imprescindível, é uma questão de sobrevivência valorizar os recursos humanos existentes na organização, analisando se há interação entre líder e equipe e o que mais motiva a equipe, o que o líder faz quando a equipe não alcança as metas, qual a importância das avaliações de desempenho, como é o ambiente físico da empresa e porque ela está preparada para concorrência. “[...] todos nós queremos saber o quanto estamos progredindo. Portanto, para que a avaliação e desempenho seja eficiente, é necessário fornecer feedback constantemente”. (Ken Blanchard. O coração de um líder. 1998. p. 11)

Nosso segundo objetivo incide em detectar o nível de motivação profissional dos funcionários, visando o aumento das vendas, por entendermos que há uma constante preocupação das empresas em perceber a existência de motivação nos seus clientes internos, visando garantir a maximização das oportunidades no ambiente da empresa, buscando sempre o aproveitamento do funcionário, analisando como é o relacionamento de cada funcionário com sua equipe, o que mais o deixa insatisfeito na sua empresa, se o fato dos funcionários terem filhos auxilia de alguma forma no grau de motivação dos funcionários, observando há quando tempo exerce a mesma função e para que a sua empresa motiva os funcionários a buscar serviços de qualidade. “Ajude as pessoas a alcançarem seu pleno potencial. Flagre-as fazendo alguma coisa certa. (Ken Blanchard. O coração de um líder. 1988. p. 4)

Nosso terceiro objetivo consiste em diferenciar as diversas formas de planejamento existentes nas empresas investigadas, pois acreditamos que ao constatarmos as variações na maneira de planejar nas empresas investigadas, ficará bastante transparente o modo como as ações serão direcionadas para cada setor das empresas, o planejamento será aplicado, seus dirigentes irão atingir suas metas, abrangendo a organização com um todo, sempre acompanhando as mudanças ocorridas no mercado e adaptando seus funcionários ao que estas mudanças podem ocasionar, analisando como é avaliada a estrutura da empresa e quem elabora o planejamento da organização, se o líder motiva e elogia sua equipe demonstrando comprometimento com o sucesso da empresa e como é feito o planejamento, observando ainda se o conhecimento das metas por interação torna mais viável o atingimento das mesmas e qual fator é mais valorizado pela empresa. “[...] O planejamento figura como a primeira função administrativa, por ser exatamente aquela que serve de base para as demais funções [...]”. (Introdução a Teoria Geral da Administração. Idalberto Chiavenato. P. 251)

O nosso quarto objetivo incide em comparar os planos de cargo de salário das empresas em estudo e seus reflexos na motivação dos funcionários, porque pretendemos mostrar aos empreendedores que o bom desempenho dos colaboradores das empresas se dá principalmente quando são remunerados adequadamente, recompensando-os de forma justa, os empregadores poderão alcançar mais facilmente as metas traçadas, conscientiza-los de que é fundamental escolher a forma mais correta de remuneração, somente deste modo os empregados irão se sentir motivados a concluir suas ações e atingir todas as metas estabelecidas, analisando há quanto tempo trabalha na empresa e qual o critério utilizado pela organização para bonificação, examinando se as avaliações de desempenho são importantes e o porque dos funcionários trabalharem na empresa. “[...] os funcionários são tratados como o mais importante fator de produtividade da empresa”. (Luís Almeida Martins Filho. Administrar hoje. 1988. p. 37)

Nosso quinto objetivo consiste em verificar a contribuição do papel do líder no

crescimento econômico das pequenas e médias empresas e sua repercussão na competitividade do mercado, por termos consciência que um líder flexível e aberto às críticas mantendo bom relacionamento com a equipe de trabalho, poderá facilmente controlar seus liderados contribuindo decisivamente para o crescimento econômico da empresa que trabalha, analisando o que as empresas têm feito para se adaptar as mudanças e como é feita a pesquisa de mercado, observando qual o grau de escolaridade dos funcionários e qual cargo eles ocupam, em quanto tempo as metas costumam ser discutidas nas equipes e quais as vantagens de sua empresa com relação as concorrentes. “Ele só existe quando há a espontaneidade dos membros do grupo em seguida, ouvi-lo. Na liderança não há imposição”. (Luis Almeida Martins Filho. Administrar hoje. 1988. p. 155)

A conduta para elaboração deste estudo foi o uso de métodos empíricos, teóricos e matemáticos. Utilizamos pesquisas bibliográficas, com a intenção de analisar os discursos e as opiniões de vários autores da área de administração, pertinentes ao tema, verificando suas alternativas para melhorias, diferenças, conclusões, semelhanças, e seus anseios futuros. Aplicamos, ainda, pesquisa documental confrontando os mais diversos documentos existentes nas empresas investigadas.

Em meio a outros procedimentos, fizemos pesquisa de campo, através da distribuição de questionários aplicados aos clientes e funcionários em um universo formado por três empresas. Realizamos, outrossim, pesquisa por meio do estudo de caso, através da qual, foram feitas entrevistas como ferramenta para diagnosticar e examinar os conceitos individuais dos funcionários, onde, na ocasião foram selecionados três participantes, sendo um da empresa cujos percentuais de aceitação dos produtos/serviços foram considerados positivos, e dois participantes da empresa que apresentou menor percentual de aceitação. Resultando, qualitativa e quantitativamente, numa análise do tema abordado em nossa investigação.

Este trabalho investigativo se divide em cinco capítulos onde abordamos

conteúdos que proporcionam às empresas identificar ou desenvolver as melhores opções para atender as expectativas dos diferentes públicos.

No capítulo I: Compreende a introdução, onde mostramos amplamente todo o conteúdo, demonstrando nossa problemática e sugerindo alternativas para resolve-la, citando os benefícios de modo transparente e reafirmando nossa pesquisa;

No capítulo II: Na Revisão de Literatura, procuramos orientações através de autores como, Idalberto Chiavenato, Alexandre Luzzi Las Casas, Kenneth Blanchard, profundos conhecedores do assunto, dos quais obtivemos informações precisas que nos auxiliem de forma decisiva para a defesa do nosso projeto, que aborda a influência da liderança na motivação e seus reflexos na concorrência entre as pequenas e médias empresas nos setores de atacado e varejo, nos últimos dois (02) anos no município de São João dos Patos-MA?

No capítulo III: A metodologia estruturou-se no uso de métodos teóricos, práticos e empíricos; pesquisas diversas com aplicação de questionários e entrevistas com clientes externos e internos, fazendo comparativos entre as empresas em estudo visando melhor compreensão das opiniões, desejos, contradições, semelhanças e sugestões de melhorias;

No capítulo IV: Análise e discussões fazem uma análise da função extraordinária da concorrência, especialmente, sobre o comportamento do mercado competitivo nos setores varejista e atacadista das empresas investigadas; onde se averiguou através de dados obtidos, o reflexo das mudanças ocorridas no mercado e qual tem sido o acompanhamento feito por seus administradores, no sentido de evitar maiores rupturas;

Capítulo V: Conclusões, apresentamos os resultados da análise dos dados coletados para a elaboração do presente estudo e em seguida as considerações finais acerca do tema selecionado.

Essa análise geral serviu como esteio orientador na definição dos objetivos

propostos na apreciação deste projeto monográfico. Assim, tal projeto monográfico, busca colocar em seu escopo, as explicações mais plurais que promovam a compreensão e o entendimento sobre a concorrência e sua inter-relação com aspectos de motivação, liderança e salário.

A principal meta deste estudo é apoiar os empreendedores das empresas pesquisadas, no aperfeiçoamento do seu modo de administrar. Com isso, beneficiará o município de modo geral, e em particular, os empresários, gestores, funcionários, alunos do curso de administração de negócios, setores públicos e privados, estudantes em defesa de suas teses, entidades sem fins lucrativos, e todos aqueles cujas necessidades serão supridas de maneira satisfatória por este projeto.

Estudamos vários livros, realizamos inúmeras pesquisas, alcançamos fortemente as teorias de diversos autores que nos forneceram métodos e técnicas para que possamos contribuir com os futuros estudiosos com relação ao modo de se administrar empresas ou negócios. Passamos, depois deste minucioso estudo, a conhecer as opiniões de empresários e colaboradores de parte das pequenas empresas de São João dos Patos-MA, que, apesar de ainda não confiarem plenamente em nossas colocações enquanto pesquisadores, nos brindaram com informações valiosíssimas, contidas neste projeto e que servirão de esteio para futuros doutores do segmento empresarial.

A sociedade será a principal beneficiada ao final deste estudo. As organizações, à medida que forem compreendendo melhor o sentido que este projeto denota, poderão desenvolver-se ainda mais se aplicarem às técnicas demonstradas neste conteúdo. Certamente, as empresas terão maior comprometimento e responsabilidade social, protegendo o meio ambiente, criando alternativas para crescimento do nível empresarial em um mercado competitivo, forçando as demais entidades a relacionarem-se melhor com a população que exigirá qualidade superior em seus produtos/serviços.

Estamos absolutamente convictos de que seguindo as orientações contidas neste

estudo, as organizações em nosso município conquistarão a clientela, levando ao conhecimento de todos, suas metas para a geração de empregos e, todos se interessarão por uma melhor qualificação para realizar um atendimento de excelência, chamando a atenção dos concorrentes das cidades mais próximas, evidenciando o verdadeiro caráter dos seus dirigentes e de suas aspirações.

CAPÍTULO II

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. A concorrência no mercado atual

Fizemos esta pesquisa com base nas teorias de alguns autores, que já estudaram o assunto, para que num segundo momento pudéssemos nos aprofundar no tema deste trabalho. No decorrer da pesquisa pudemos acompanhar concordâncias e divergências existentes entre os autores que estudam este tema.

Escolhemos este tema pela relevância que este assunto tem nos dias atuais, em função da competitividade entre as empresas e a busca incessante do ser humano em encontrar meios para satisfazer-se e obter a auto-realização no ambiente de trabalho (observa-se que os trabalhadores estão cada vez mais exigentes em relação à empresa em que vão trabalhar, sendo que em um processo de seleção de pessoal, tanto a empresa quanto o candidato ao emprego, analisam-se mutuamente).

“Muitas vezes as empresas consideram-se invulneráveis e desenvolvem estratégias de exploração da sua atual posição no mercado. [...]” (Gonçalves, 2002, p. 01). Nos últimos anos, temos assistido à grandes transformações. Hoje em dia, os clientes esperam levar para casa produtos de alta qualidade, duráveis e com preço baixo. Estas expectativas são consequência do grande progresso científico e técnico, e principalmente da existência de uma concorrência que envolva todos os setores da empresa, usando estratégias de grande qualidade empresarial, se não quiser ir à falência. “A concorrência transforma ganhadores em perdedores” (Gonçalves, 2002, p. 01).

Para que a concorrência continue é fundamental que cada empresa saiba a hora de renovar, procurar sempre acompanhar as mudanças. Alguns empresários acreditam que é uma

“vantagem” tornarem-se invulneráveis, desenvolvendo estratégias de exploração da sua atual posição no mercado. No entanto, essa “vantagem” não dura muito tempo. Qualquer tentativa para manter grandes lucros com base em aumento de preços resulta necessariamente numa queda de posição no mercado. “A razão para este fato, é que os principais fatores que influenciam os custos e o desempenho não são contemplados por esta estratégia” (Gonçalves, 2002, p. 02).

A medida que os produtos conseguem permanecer no mercado aumentando o volume de concorrência, os preços tendem a diminuir. Na medida que novos e inovadores produtos são colocados no mercado pelos concorrentes; concorrentes estes de empresas que estão à pouco tempo no mercado, ou seja, pequenas e médias empresas, a tendência crescente é a pressão sobre a imagem de vantagens das empresas mais antigas do mercado, tornando o fator preço cada vez mais importante na decisão de compra. Para que isso não aconteça, as empresas devem estar constantemente procurando melhorar a qualidade e durabilidade dos seus produtos, aumentando a produtividade e reduzindo custos.

Para que uma empresa se mantenha a frente da concorrência, é fundamental que tenha informações que permitam compreender quais são os fatores que podem influenciar. O empresário deve de certa forma pressionar a organização com o objetivo de medir as reduções de custos e os ganhos de produtividade, devemos estar sempre atentos a tudo o que acontece. Uma das razões que podem levar à perda de competitividade de uma empresa é como o gestor interpreta os relatórios de suporte, muitas vezes distorcendo os preços dos produtos, usando de maneira errada as oportunidades de melhoria da produtividade. Tomando decisões sem um conhecimento apropriado dos fatos, ou seja, empresas que dispõe de informações atualizadas e que realmente importe, construindo assim grande vantagem competitiva sobre seus concorrentes. Quando falamos em geração e manutenção de vantagens competitivas temos que exigir que as empresas sejam capazes de responder algumas questões:

- Quais os custos que influenciam os lucros provenientes de cada linha de produto ou de cada cliente?
- Qual o comportamento dos custos de cada atividade, incluindo a capacidade para realizá-la?
- Qual é o valor do desperdício associado a cada custo?
- Qual a melhor prática para realizar cada atividade ou processo?
- Como variam os custos administrativos com as flutuações nos negócios?
- Que custos podem ser evitados se o volume variar?

A partir do momento que as organizações conseguem responder todas essas questões, procurando sempre trabalhar em cima delas positivamente, a excelência empresarial será alcançada.

2.2. A liderança como fator decisivo

Liderar é fornecer subsídios aos seus colaboradores. Nenhum líder poder ser centralizador, sob pena de fracassar. O verdadeiro líder conhece a fundo sua equipe e dá total apoio no momento em que seus liderados precisam tomar alguma decisão. A flexibilidade, atualmente é a principal característica do líder que consegue alcançar seus objetivos. Os executivos, na maioria, deixam de exercer a liderança quando enfrentam alguma forte resistência interna e/ou sentem que seus propósitos não são reconhecidos ou não recebem a confiança merecida. E, ao evitar o exercício da liderança não se manifestam até que a crise fique muito profunda e eles sejam obrigados a agir imediatamente.

Existe uma seqüência típica de acontecimentos, senão vejamos: Primeiro ocorre uma mudança, geralmente associada a algum tipo de perda – no mínimo será preciso deixar de fazer algo da forma como fazia antes. Depois, o exercício da liderança passa a ser encaminhado às pessoas por um período de perdas. Essa situação pode se manifestar de várias

formas: a ameaça de perda do emprego, a perspectiva de ter de tomar decisões em grupo, novos programas e objetivos e metas que acabam sendo vistos pela ótica do medo e da incerteza. Finalmente, aqueles que têm autoridade se esquivam da obrigação, até que pareça que a mudança foi determinada por forças externas. “Tentei proteger todos vocês, mas agora só posso proteger três mil – dois mil terão de ser demitidos. A culpa não é minha, é do mercado”, dizem. Considerando tudo o que foi citado, a concorrência de pequenas e médias empresas, vem crescendo cada vez mais, as mesmas são os principais criadores de postos de trabalho e desempenho do papel considerável na renovação da economia. Em alguns setores essas empresas têm demonstrado agilidade e flexibilidade, tornando-se estruturas com grande capacidade e forte poder de inovação. Por outro lado essas empresas de porte menor enfrentam grandes dificuldades no sentido de falta de planejamento por parte do empresário e por falta de capital financeiro.

“Tais fatores fazem com que essas firmas sejam percebidas como bastante vulneráveis à oscilações na economia e como tendo uma taxa de sobrevivência baixa nos primeiros anos de atividade, isso acaba por inibir a obtenção de financiamento, agravando ainda mais o quadro acima”(Gonçalves, 2002, p.06).

No aumento da concorrência, consequência direta do crescimento empresarial, pode observar os grandes benefícios trazidos pela mesma para os consumidores, ou seja, a concorrência quer comprar produtos de qualidade, durabilidade, com preços acessíveis e melhor atendimento.

Isso nos faz concluir que somos guiados por líderes despreparados? Não, na verdade, as tradições, os costumes e a história das empresas levaram todos a acreditar que uma figura com autoridade bastava ou, em outras palavras, um bom mecânico que pudesse manter uma máquina em operação seria suficiente. Logo, não se trata de fracasso do líder, ou de falhas das instituições das antigas estruturas. O fato é que, a liderança, baseada em estruturas de trabalho e autoridade, foi projetada para tempos de calma ou bonança, e não

funciona bem durante as tormentas.

As ações, decisões e orientações traçadas pela organização não se explicam somente pelos processos racionais, isto é, pelos princípios de gestão. Também são oriundos dos preceitos e das crenças que possuem seus dirigentes. Liderança, por definição, é um conjunto de práticas observáveis, e que podem ser aprendidas e desenvolvidas. Todos têm o poder de liderar dentro de si, no entanto somente alguns exercitam este poder.

A liderança é um processo ativo e não passivo. O sucesso alcançado pelas organizações, não depende somente da sorte de seus líderes, nem muito menos pelo motivo de estarem no lugar certo e na hora certa, depende exclusivamente do poder de liderar dos seus gestores. As melhores lideranças sempre envolvem algum tipo de desafio no processo, sendo na sua grande maioria, visam o crescimento e os melhoramentos dos procedimentos já existentes.

A liderança é um processo contínuo e dinâmico, é um relacionamento entre líderes e liderados. Atualmente, vivemos uma sensação histórica de escassez de liderança, pela alienação, falta de envolvimento, ausência de iniciativa e a passividade generalizada dos nossos dirigentes nas organizações públicas e privadas do nosso país.

E muito fácil pensar que liderar é algo existente apenas no topo das organizações, todavia essa afirmação é perigosa por ser incorreta, pois, quanto maior a organização, mais líderes haverá em inúmeros segmentos diferenciados, não dependem do nível hierárquico que atuam. A tendência é que cada vez mais, os participantes aprendam mais sobre liderança e como exercitá-la e, com o passar do tempo, haverá uma grande disseminação dos papéis de liderança existentes nas organizações.

Liderança é força central por trás das organizações bem sucedidas, sendo necessário fazer com que as organizações desenvolvam uma visão clara do que podem concluir e efetivamente agirem para alcançá-la. A continuidade da liderança é o fator mais importante para assegurar seu sucesso. Os líderes são, de modo especial, mais responsáveis

pelo que acontece no futuro do que pelo que sucede no dia-a-dia. Essa responsabilidade é difícil de medir, e daí a dificuldade da determinação do seu desempenho. Embora necessitemos rever resultados e métodos do passado, a ênfase nos deveres e no rendimento dos líderes tem de se concentrar no futuro.

O desenvolvimento da liderança depende das condições que a organização deve criar, como: meios para identificar pessoas de alto potencial; mecanismos para efetuar a avaliação; meios para acompanhar cargos que desenvolvam pessoas; recompensas tangíveis para executivos que diferenciam e desenvolvem talentos; meios para manter executivos responsáveis por decisões de alocação de pessoas informando quanto a candidatos potenciais, entre outros.

A eficácia da liderança proporciona benefícios a organização em diversos aspectos: as pessoas sentem-se mais valorizadas, aprendizagem e competência são valorizadas na empresa, as pessoas se sentem como parte de um todo e o trabalho se torna gratificante. A intuição é indispensável para agilizar tomada de decisões, planejamento estratégico, e, principalmente, para proporcionar sensibilidade aos aspectos humanos, sendo fundamental para a reestruturação de qualquer organização.

Pode-se afirmar que liderança é efetivamente alguma coisa que pertence ao indivíduo. Não há líderes sem liderados, pois as atenções se concentram no grupo, onde o líder ocupa uma posição de destaque e sobre o qual exerce influência. A liderança é muito mais uma arte, uma crença, uma condição do coração do que um conjunto de coisas para se fazer. Os sinais visíveis de liderança inspirada acham-se expressos, em última análise, na sua própria prática.

Jamais devemos confundir liderança com dominação, porque a dominação é mantida por meio de sistema organizado e não por um reconhecimento natural e também, não há nenhum sentimento de participação na consecução dos objetivos, e na liderança é só o que existe. Portanto, a liderança concentra-se em larga escala em zelar pelo progresso da

organização, em lançar e desenvolver outros líderes que zelarão pelo futuro para além do seu próprio. A condição de nosso sentimento, a abertura das nossas atitudes, a qualidade da nossa competência, a fidelidade da nossa experiência, tudo isto, incute vitalidade à experiência do trabalho e significado à vida. Estas condições são indispensáveis para tornar a liderança possível. E a liderança, praticada livremente em conjunto é o veículo que podemos utilizar para atingir nosso potencial.

Os verdadeiros líderes têm algo em comum entre eles, que é a influência exercida sobre seus liderados. Líderes são pessoas comuns em muitas ocasiões, nas organizações e na vida social. Não existe assim, comportamento exclusivo e específico de líder. O grande questionamento é que existe uma relação entre autoridade formal e liderança, e que em ambos os casos existirá o influenciador e o influenciado, embora a base em que se assenta a capacidade de influenciar seja diferente entre chefes e líderes.

A capacidade de liderar é importante não apenas para o chefe, estadista, dirigente político, representante sindical, mas também para o professor, treinador, gerente e, naturalmente, administrador de organizações. O que mede a capacidade desses líderes é o fracasso ou o sucesso de sua equipe. Diante de tal afirmação podemos dizer que o outro elemento é comum em qualquer definição conceitual de líder. Não existem líderes isolados, ou seja, sempre que identificamos um líder, encontramos alguém ou grupo de pessoas que o esteja seguindo.

Dentro de uma organização formal contemporânea, os chefes ocupam uma posição regida por normas impessoais, onde o poder está ligado ao cargo ocupado, e é esse cargo que lhe confere o direito de tomar decisões, e autoridade para influenciar o comportamento dos subordinados ou seguidores. Diferentemente do que ocorre sob o aspecto formal, os liderados seguem o líder sempre por algum motivo ou razão. O líder. O líder deve emitir uma mensagem que represente os interesses do grupo.

Todo líder deve recompensar o que o grupo queira alcançar, que pode ser desde o

atingimento de determinadas metas ou objetivos, até a solução de problemas comuns. Para seus seguidores o líder tem uma proposta ou mensagem que se identifica com o interesse coletivo da organização. E a identidade de interesse entre a mensagem do líder e a recompensa esperada que leva as pessoas a participarem ou não de uma guerra, a eleger um candidato ao invés de outro, a participar ou não de uma campanha filantrópica. De certa forma podemos dizer que existe uma predisposição do grupo em agir da maneira como o líder propôs. Assim, o líder é a pessoa que apresenta de modo correto, a proposta correta, na hora correta.

É importante entender o comportamento dos liderados, porque isso não apenas explica o processo social da liderança, mas também porque permite o desenvolvimento de líderes. Daí podemos concluir que autoridade formal e liderança nem sempre andam de mãos dadas. O indivíduo que ocupa uma posição de autoridade formal pode não possuir liderança informal sobre seus colaboradores ou subordinados. Da mesma maneira o indivíduo que exerce liderança informal sobre um grupo pode não ocupar um cargo com autoridade formal. Isto acontece em grupos sociais organizados em que a figura do líder é necessária e a do chefe totalmente dispensável.

Os seguidores gostam do líder por causa de suas qualidades pessoais, sua capacidade de mobilização, sua mensagem, suas habilidades e inteligência pessoal. Mas haverá necessidade de tantos atributos para ser um líder? Certamente que não, se formos observar, vamos ver que quase todo mundo é líder em algum grupo e liderado em outro, e ainda, que o líder entusiasta de uma certa situação pode ser o liderado acomodado em outra ocasião.” (Autor desconhecido. 1999. p. 45)

A grandeza do líder é medida pelo número de pessoas que sua mensagem influencia e pela forma como ele apresenta esta mensagem, do que propriamente pelo conteúdo da mesma, que depende da sintonia com as aspirações e anseios de seus liderados. É isso que torna a liderança um fenômeno localizado no tempo e no espaço. O líder que é respeitado em um grupo pode ser ignorado por outro. Assim há líderes que perdem a liderança, porque seu tempo passou. A liderança também pode desaparecer quando desaparecerem as circunstâncias que a sustentam ou a justificam.

O relacionamento entre o líder e a organização se tornará cada vez mais complexo e embora a natureza das organizações venha a sofrer mudanças no futuro, os desafios de criar, construir, manter e mudar as organizações para novas formas permanecerão os mesmos. Portanto, os líderes devem estar constantemente preparados para as mudanças, e a assimilação de novas culturas impostas pela globalização. O maior desafio do líder é ter habilidade de transmitir influência por meio de uma rede de significados constitutivos da cultura organizacional, de ensinamentos novos que serão assimilados de forma gradual.

Nas pequenas e médias empresas, a liderança exercida por jovens empreendedores tem sido o grande diferencial; provocando mudanças consideráveis no trato das questões internas e relativas ao crescimento das empresas que estão voltadas para o futuro das suas ações e conseqüências. A liderança, mola propulsora das integrações entre patrões e empregados, desempenha papel de extrema importância nas relações estabelecidas pelas organizações que executam tarefas complexas ou não. Toda via, a maior de todas as estratégias concernentes ao desenvolvimento organizacional é, sem dúvida, a motivação dispensada aos indivíduos participantes do ambiente organizacional. Neste aspecto, os empresários que têm visão de futuro, fazem de tudo para que seus subordinados desfrutem dos melhores e mais completos subsídios na tentativa de darem suporte aos seus funcionários como benefícios através de gratificações, prêmios, bonificações, pagamento de salários em dia, e outras vantagens. Um funcionário que recebe em dia seus vencimentos, jamais deixará de produzir o quanto pode em detrimento da empresa da qual faz parte, correspondendo com zelo e dedicação à confiança nele depositada, com o intuito de colocar a organização em que ele atua, sempre à frente da concorrência.

“Não trabalhe mais, trabalhe com inteligência” (Zigarmi, 1999, p.17). Para tornar-se um líder bem-sucedido em uma empresa é necessário que se tenha em mente um princípio básico; tem que se preocupar não somente em empreender um grande esforço, mas principalmente, trabalhar com inteligência Deve-se compreender que não somos como

máquinas, somos pessoas, e como tais, podemos cometer erros que fatalmente nos levarão ao mais profundo precipício. Na tentativa de melhorar o desempenho individual dentro do ambiente organizacional necessário, se faz que policiemos com mais rigor os indivíduos que tenham menos habilidade na realização de tarefas das mais simples às mais complexas.

Um treinamento adequado direcionado àqueles que compõem a estrutura de uma empresa, pode ser o caminho mais rápido para se chegar ao alcance dos objetivos específicos estabelecidos pela organização. Convém ressaltar que muitas vezes encontramos em determinadas empresas indivíduos cujo entusiasmo está comprometido por falta de apoio e permanecem alheias às necessidades de acompanhamento dos avanços exigidos pelo mercado.

“Um líder que pede empenho dos seus subordinados, mas não age da mesma forma cai no descrédito, vira motivo de piada. E as coisas continuam como antes, já que tudo não passa de uma encenação. Os funcionários fingem que acreditam nas palavras do chefe e este, finge que está fazendo a sua parte”. (Silveira, 2000, p. 51).

Pode-se dizer que há uma infinidade de soluções para serem apresentadas dentro da empresa na busca de novos conceitos de liderança. Em uma empresa cuja sistemática utilizada está em forma de pirâmide, deduz-se que todos recebam ordens de alguém que está acima dos demais.

Ao se pensar pirâmide, tem-se a “noção” que os gerentes tem que planejar, organizar e avaliar todas as ações ocorridas na empresa, enquanto os subordinados são “cumpridores” das tarefas impostas pela cúpula gerencial. Uma pirâmide posta de “ponta a cabeça”, colocando os administradores na base, obtém-se um efeito sutil, porém, bastante considerável, não levando em consideração quem obedece a quem, e sim, as experiências adquiridas na realização de tarefas, uma vez que o líder coloca-se no lugar do seu subordinado, percebe todas as dificuldades e deficiências sofridas por ele, podendo delegar “poderes” para que este possa, com o passar do tempo, tomar suas próprias decisões.

O que ocorre é que os líderes devem proporcionar aos seus subordinados melhores condições de trabalho, oferecendo a estes, suprimentos necessários para o alcance das metas

desejadas. É notório que os líderes não farão necessariamente, tudo sozinhos, porém, devem interagir para a obtenção de resultados satisfatórios para total qualidade dos serviços prestados. Um líder autêntico não tem que se relacionar com todo pessoal, mas com aqueles que precisam de ajuda. O líder deve tratar as pessoas de maneira diferenciada. “Para pessoas diferentes, métodos diferentes”, (Zigarmi, 1999, p. 22).

Para se obter melhores condições de liderança se faz necessário obedecer a quatro estilos básicos: direção; o líder dá as instruções específicas e acompanha com rigor a realização das tarefas; o treinamento, o líder dirige e supervisiona com atenção o andamento das tarefas, explicando decisões, solicitando sugestões e incentivando o desenvolvimento; o apoio; o líder apóia e facilita o trabalho dos subordinados no cumprimento de tarefas, e divide com eles a tomada de decisões, e finalmente, delegação; o líder delega responsabilidades no processo de decisão e de resolução de problemas dos subordinados, orientando-os com afinco e determinação objetivando melhoria na qualidade dos serviços prestados no ambiente organizacional.

“Quando o líder está consciente das necessidades individuais e reconhece as potencialidades que subsistem nas diferenças individuais, pode com certeza muito contribuir para que cada subordinado realize-se como profissional”. (Siqueira, 2002, p. 03).

As ciências do comportamento humano nas organizações tem assumido duas orientações principais. Uma enfatiza a identificação do estilo gerencial que melhor possa alcançar resultados e construir um clima positivo nas relações de trabalho. A outra orientação refere-se a transferência de processos, valores, conhecimentos e habilidades utilizadas por gerentes eficazes em diferentes situações de trabalho, com as mesmas repercussões positivas. Busca assim a generalização do processo de aprendizagem gerencial como uma competência a ser adquirida e que venha a se manifestar como uma solução viável para problemas concernentes ao gerenciamento competente e desenvolvido através de habilidades que podem ser encontradas em mentes humanas capazes de transformar as ameaças em oportunidades.

2.3. A motivação levando equilíbrio e dinamismo às empresas

“A motivação procura explicar por que as pessoas se comportam”. (CHIAVENATO, 1993, p. 163). Finalmente, há ainda os fatores dinâmicos da personalidade: os fatores motivacionais. Além dos fatores diretivos da personalidade que se encaixam com o processamento da informação, existem os fatores dinâmicos da personalidade que o motivam. Observa-se que de um lado os diretivos explicam “como” é processada a informação que leva as pessoas a um comportamento, de outro os fatores dinâmicos explicam o “porque” desse processamento, é para mostrar quais são os aspectos motivacionais da personalidade humana que impulsionam o indivíduo. “Não espere até que as pessoas façam alguma coisa certa para elogiá-las. (Ken Blanchard e Spencer Johnson. O Gerente-Minuto)

A motivação constitui um importante campo de conhecimento da natureza humana e da explicação do comportamento humano. Não é possível compreender o comportamento das pessoas sem um mínimo de conhecimento da motivação humana. É mais que difícil definir exatamente o conceito de motivação, uma vez que tem sido utilizado com diferentes sentidos. Fazendo uma análise, é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma ou, pelo menos, que dá origem ao comportamento específico, é um impulso, ou seja, incentivo à ação, pode ser provocado por um estímulo externo, ou seja, acionado pelo ambiente, também pode ser gerado internamente nos processos mentais do indivíduo. “[...] é óbvio que as pessoas são diferentes no que tange a motivação [...]” CHIAVENATO, 1975, p. (573). As necessidades variam de pessoa para pessoa, produzindo diferentes padrões de comportamento, os valores sociais, também são diferentes e assim por diante.

O comportamento é causado, ou seja, existe uma causalidade do comportamento, sendo assim causado por estímulos internos ou externos. A força interna que dirige o comportamento das pessoas é a motivação. Os indivíduos sentem-se motivados a comprar e na maioria das vezes impulsionadas pela proteção dos próprios. Esta força que leva as pessoas

a comprar produtos e serviços poderá ser de ordem fisiológica ou psicológica. Ex: Um indivíduo poderá sentir fome. Neste caso, ele sentirá a necessidade de sacia-la e sente-se motivado a entrar em um restaurante que serve comida, porém, ele prefere entrar em um restaurante de elite, não para saciar sua fome, e sim para satisfazer suas necessidades de status.

“A compreensão da motivação do comportamento exige o conhecimento das necessidades humanas. A teoria das relações humanas constatou a existência de certas necessidades humanas fundamentais. Verificou-se que o comportamento humano é determinado por causas que, às vezes, escapam ao próprio entendimento e controle do homem [...]” (CHIAVENATO, 1993, p. 165).

Passo seguinte é a afeição, o desejo do amor e do reconhecimento. Uma vez satisfeitas as necessidades anteriores, o indivíduo passa a procurar carinho, amor e aceitação dos outros. Após a necessidade de afeição, se satisfeita, aparece a necessidade de prestígio, de estima aos olhos das outras pessoas. O indivíduo procura demonstrar que chegou lá. Que é auto-suficiente, que é certo. Neste estágio a pessoa procura intensamente desenvolver suas potencialidades, afeiçoar-se, correr atrás de sua auto-satisfação e desejo.

“Existem vários níveis de necessidades até chegar ao objetivo, e assim que uma delas seja satisfeita, surgem outros níveis” (Las Casas, 2001, p. 141). A força interna que dirige o comportamento das pessoas é a motivação, fator essencial que impulsiona o indivíduo em ações, indivíduo motivado, produtividade aumenta, necessidades satisfeitas, empresa em alta. Administrar as nossas vidas de modo a lidar conosco mesmo, com outros e com dilemas organizacionais, é uma tarefa interminável, percorre toda a nossa existência. Todo comportamento humano é motivado.

2. 4. Planejamento como estratégia para o sucesso

Um líder tem que acompanhar com bastante perspicácia e desenvoltura o planejamento estabelecido pela organização, pois, um planejamento estratégico aproxima a

liderança dos indivíduos participantes da empresa, permitindo aos mesmos o alcance dos seus salários e facilitando a absorção e desenvolvimento das tarefas, aplicando aos seus subordinados as técnicas e os métodos direcionados ao alcance dos seus objetivos. A medida que os funcionários adquirem conhecimento das suas ações dentro da organização, podem desenvolver com mais habilidade e empenho as suas tarefas diárias, tendo como consequência o aprimoramento das suas ações, e por esta razão, superam as expectativas dos seus superiores no nível hierárquico do ambiente organizacional. O líder, ao se dar conta que os subordinados superaram as suas expectativas no cumprimento das tarefas, recompensará os mesmos através de promoções, bonificações, prêmios diversos, gratificações, enfim, motivando-os cada vez mais a ajudar no desenvolvimento da empresa que se posicionará sempre à frente da concorrência, concorrência essa que deverá ser realizada de maneira a priorizar a clientela na aceitação dos produtos e serviços fornecidos pelas organizações.

Mercado atual é dinâmico, altamente competitivo e globalizado, exigindo um refinado conceito de estratégia para que as empresas possam buscar o melhor posicionamento dentro das suas áreas de atuação. Empresas de qualquer porte, mas especialmente as pequenas e médias, são freqüentemente mais eficientes quando realizam planejamento estratégico e, em decorrência, oferecem serviços e produtos personalizados a seus clientes.

Dar ênfase ao planejamento estratégico em empresas de pequeno e médio porte certamente refletirá em benefícios significativos decorrentes do processo de formulação de estratégias visando um conjunto comum de metas. São premissas básicas para um bom planejamento, a definição da visão, da missão, dos valores e dos objetivos estratégicos da empresa. Já a análise competitiva é primordial para o desenvolvimento de um negócio de qualquer porte. Nesta análise devem ser considerados aspectos como: o que está dirigindo a concorrência no segmento de negócios que a empresa atua; de que forma este segmento de negócios irá desenvolver; que atitudes estão tomando ou tomarão os concorrentes e qual a melhor maneira de responder a isto de forma competitiva.

Através do planejamento estratégico e da análise de itens como: a concorrência; os compradores e fornecedores; os sinais do mercado; os movimentos competitivos; o mapeamento de grupos estratégicos e o cenário em que atuam, uma empresa poderá definir seu melhor posicionamento para competir a curto, médio e longo prazo. O desenvolvimento de uma estratégia competitiva é, em essência, o desenvolvimento de uma fórmula ampla que batizará o modo como uma empresa irá competir, quais serão suas metas a curto, médio e longo prazo, e quais serão as políticas necessárias para o efetivo cumprimento destas mesmas metas.

As cinco forças competitivas, entrada, ameaça de substituição, poder de negociação dos compradores, poder de negociação dos fornecedores e rivalidades entre os atuais concorrentes alertam para o fato de que a concorrência não está limitada aos participantes estabelecidos. Para fazer frente a essas forças competitivas existem três abordagens estratégicas genéricas que podem trazer ótimos resultados, que são: liderança no custo total, diferenciação e enfoque. Embora seja muito difícil, empresas que conseguirem incluir mais de uma destas abordagens no seu alvo primário estarão mais próximas de bons resultados no cenário competitivo.

O planejamento permite prever um crescimento real e garantido, principalmente pela manutenção da competitividade através da inovação e da produtividade.

O cenário atual, composto de mercado e ambiente empresarial altamente dinâmicos e mutáveis, exige que, além do planejamento, as empresas tenham também capacidade de resposta imediata a que detenham um processo de tomada de decisões rápido, objetivo e eficaz. Para tanto, a informação precisa estar disponível para as pessoas certas, no formato esperado, no momento e local desejados. Dentro deste contexto, a informação representa um recurso de alto teor estratégico, que necessita ser maximizado como gerador de diferenciais e vantagens competitivas. A gestão estratégica da informação representa uma parte integrante e vital na gestão empresarial eficiente.

“As empresas não trabalham na base da improvisação. Quase tudo nelas é planejado antecipadamente” (CHIAVENATO, 1993, p. 251). O planejamento é a primeira função administrativa, por ser exatamente aquela que serve de base para as demais funções. Um bom líder precisa determinar antecipadamente quais são os objetivos que devem ser atingidos e como se deve fazer para alcançá-los. Começa com a determinação dos objetivos e detalha os planos necessários para atingi-los da melhor maneira possível.

Os objetivos do planejamento são iniciados e alcançados através da definição dos meios para consegui-los. Esta definição faz do estabelecimento dos objetivos a serem realizados o ponto de partida do planejamento. A fixação dos objetivos é a primeira coisa ser feita. “[...] Saber onde se pretende chegar para se saber exatamente como chegar até lá” (CHIAVENATO, 1993, P. 252).

Os objetivos são resultados futuros que se pretende atingir. São alvos escolhidos que se pretende alcançar dentro de um certo espaço de tempo aplicando-se determinados recursos disponíveis ou possíveis. Os objetivos são pretensões futuras que uma vez alcançados deixam de ser objetivos para tornarem-se realidade. O que mais interessa para um, depois de feito um bom planejamento, é chegar a essa realidade alcançando todos os objetivos desejados, levando em consideração tudo e todos que fazem parte da empresa.

Para que se alcance uma boa liderança, conseqüentemente, maior produtividade, maior durabilidade e qualidade dos produtos, se faz necessário um planejamento adequado. O planejamento define onde se pretende chegar, o que deve ser feito, quando, como e em que seqüência. Uma empresa seja ela, pequena, média ou grande, tem como necessidade básica o planejamento.

“O planejamento produz um resultado imediato: o plano. Um plano é o produto do planejamento e constitui o evento intermediário entre o processo de planejamento e o processo de implementação do planejamento. Todos os planos têm um propósito comum: a previsão, a programação e a coordenação de uma seqüência lógica de eventos, os quais, se aplicados com sucesso, deverão conduzir ao alcance dos objetivos que os comandam. Um plano é um curso predeterminado de ação sobre um período específico que representa uma resposta a uma antecipação ao tempo no sentido de alcançar um objetivo formulado [...]” (CHIAVENATO, 1993, p. 256).

Planejar é fornecer diretrizes para se chegar aos objetivos especificados por líderes competentes e preocupados com a produtividade e o alcance de metas estabelecidas dentro da organização na geração e obtenção de resultados. Uma empresa que prioriza o consumidor e está dotada de planejamento claro e transparente, conseqüentemente terá maior possibilidade de sucesso diante de outras que por ventura não tenham ou não adotem tais medidas.

Quanto mais se estabelecem planos no sentido de buscar uma administração bem definida, mais se amplia o alcance da organização no que se refere à consecução dos objetivos traçados com antecedência. De modo a tratar o planejamento como condutor dos objetivos formulados pela organização, convém mencionar que o planejamento é indispensável a qualquer empresa.

O planejamento consiste, pois, na tomada antecipada de decisões sobre o que fazer, antes da ação ser necessária. Sob o aspecto formal, planejar consiste em simular o futuro desejado e estabelecer previamente os custos de ação necessários e os meios adequados para atingir os objetivos. Em outras palavras, não se pode falar em alcançar objetivos de maneira desordenada. Nas empresas em que há definição de objetivos, as ações são claras e objetivas trazendo maior dinamismo e melhores soluções na busca de resultados dentro das empresas.

2.5. Adequação salarial e remuneração justificada

A remuneração diferenciada entre profissionais que exercem a mesma função vem se tornando uma tendência no mercado de trabalho. Embora a prática soe inicialmente como mais uma desigualdade no competitivo campo profissional, ela vem ganhando força dentro das empresas e está amparada no que os consultores de recursos humanos chama de gestão por competência. “É uma forma de reconhecer as diferenças entre os profissionais dentro de uma mesma função. Tratar de forma desigual os iguais, remunerando as pessoas a partir de

sua motivação e de seu desenvolvimento”, destaca Cristina Lepikson, gerente sênior de consultoria organizacional e de recursos humanos da Performance Consultoria.

A remuneração por competência, na opinião de Sônia, está muito mais embutida dentro da política interna das empresas como forma de gerenciar o desenvolvimento das empresas como forma de gerenciar o desenvolvimento das competências de seu quadro de profissionais. “Ela retém valores na empresa e mantém a motivação dos empregados, fazendo com que corram atrás de seu crescimento”, acrescenta a consultora da área de gestão de capital humano da Deloitte Touche Tohmatsu, Hilca Aragão. Na seleção, somente os profissionais com uma especificidade pouco comum entre os colegas de profissão têm mais chances de barganhar salário. E o que acontece, por exemplo, nas seleções para algumas empresas que atribuem uma pontuação a cada atributo que o profissional tiver além do desejado, oferecendo melhor remuneração aos mais preparados.

Os consultores apontam, entretanto, que a preparação não significa apenas ter habilidades técnicas, mas possuir as competências interpessoais tão valorizadas no mercado de trabalho. Paulo Dantas, gerente de qualidade da Monsanto, observa que a probabilidade de a pessoa continuar no emprego está mais relacionada à inteligência interpessoal, à capacidade dela se relacionar com o mundo, seus pares e sua chefia do que propriamente à competência técnica. “Paga-se mais por competências interpessoais”, disse. Cristina Lepikson, da Performance Consultoria, concorda. “A formação acadêmica hoje não garante sozinha bons empregos e remuneração. É preciso haver um equilíbrio entre competências comportamentais e bagagem de conhecimento. Não posso ter só o técnico, sem ter a pessoa”, ponderou.

“Para o proprietário ou diretor de uma empresa, os salários são uma contingência do serviço; são eles o preço que tem de pagar para conseguir que as pessoas trabalhem” (I.U.B., 1999. p. 07). O salário resulta da contratação de serviços, trata-se de quantia paga em dinheiro aos funcionários pelos serviços executados durante determinado período, normalmente período de um mês. O salário depende do funcionário e do cargo que está sendo

ocupado. Podemos dizer que o salário é uma grande forma de motivação dentro das empresas, pois funcionários recebendo salários adequados, irão oferecer produtos e serviços de maior qualidade.

Hoje em dia pagar bem, ou muito bem ao empregado, significa mantê-lo nas fileiras da organização, sempre como um bom funcionário eficiente, sem os problemas financeiros, como empregados mal pagos que chegam a afetar sua produção. A maioria dos empregados que recebem um salário acima do normal produz muito mais. Portanto, há uma compensação mútua: satisfação do empregado e benefícios para a própria empresa. O salário é, portanto, o pagamento dos esforços físicos e mentais proporcionados pelo trabalhador ao patrão.

Compete à direção da empresa, assalariar convenientemente os seus funcionários, por serviços, jornadas, etapas ou tarefas, sempre com os olhos voltados para o fator psicológico, que os bons salários traduzem, e bonificar todos os bons serviços, para manter em condições de preferência a sua empresa e seus produtos. “[...] Quase todo mundo tem idéias formadas sobre o valor de determinados casos, e quando o salário de uma pessoa excede ou é menor que esse valor, ela é tida como bem ou mal remunerada” (I.U.B., 1999. p. 08). É raro que se pense em fazer pagamentos diferentes para trabalhos semelhantes, como resultado de diferença de capacidade pessoal ou de esforços.

Todo empregado já entra na empresa, tendo consciência do salário que irá receber no fim do mês, durante a sua permanência na empresa, dependendo do seu desempenho, esse salário poderá mudar de valor. Também pode acontecer do indivíduo ocupar um determinado cargo na empresa, realizado com êxito suas funções, podendo ser promovido, conseqüentemente o seu salário irá aumentar, sentindo-se assim motivado a ajudar no desenvolvimento na empresa.

O salário é o equilíbrio da sociedade, todo trabalhador em ação, sente-se mais útil, motivado a ajudar tanto à sociedade em que atua, como a empresa em que trabalha. Sem

contar que o sustento de sua família dependerá do salário, resultado do seu trabalho. Deixando claro que os funcionários devem ter total compromisso com as empresa nas quais atuam.

A fim de manter a estrutura salarial dentro da qual empregados diferentes guardam entre si uma relação adequada, várias empresas empregam o sistema de graduação de trabalho ou valorização do trabalho. Nesses sistemas, os empregados são graduados com base em fatores tais como especialização, instrução, tempo de aprendizagem e responsabilidade, de modo que possam ser escalonada desde o emprego que exige maior habilidade até o que exige menor. Ao mesmo tempo, uma escala de salário é estabelecida, ficando as profissões mais categorizadas nos níveis mais elevados de pagamentos, e os empregos menos valorizados a nível inferior.

“[...] O pagamento de qualquer serviço será determinado por seu lugar na escala de valorização. Tais sistemas fornecem um método racional de comparação de um serviço com o outro ou de poder situar um novo emprego dentro da hierarquia estabelecida” (I.U.B., 1999, p. 10)

Os salários para a maioria dos empregados são uma forma de motivação, levando em consideração o desempenho dos mesmos dentro da empresa. Quando as empresas passam a acompanhar e analisar o desenvolvimento dos seus empregados, percebendo isso os empregados se sentirão motivados a ajudar no crescimento da empresa.

“A excelência empresarial é o resultado da integração de atividades em processos de negócios que permitam a uma organização melhorar continuamente a construção de produtos e serviços. Estes devem satisfazer os clientes atuais e atrair novos clientes. A capacidade para atingir e sustentar a excelência empresarial, exige uma procura continuada da melhoria da eficiência de todas as atividades e processos de negócios de uma empresa” (Gonçalves, 2002, p. 03).

Mesmo assim, a maior parte das estruturas organizacionais de maior força nas empresas, não permite a ação no sentido de atravessar as barreiras departamentais. “A estrutura funcional entra diretamente em conflito com o conceito de empresa unificada ou integrada” (Gonçalves, 2002, p. 04). Esta situação vem recheada de variados problemas de interação, o mais grave é a tendência que os vários departamentos criam para concorrer entre eles, criando atividades que exigem o dobro de esforços, aumentando assim os custos e

reduzindo a eficiência, conseqüentemente a empresa irá perder e os concorrentes irão ganhar. Essa situação ainda é mais grave quando reconhecemos que uma das partes fundamentais da competitividade é a capacidade de colaboração. Se não houver a colaboração de “parceiros internos”, como e quando será possível a colaboração entre parceiros externos? Pode ser que essa visão empresarial não seja nova, mas quantas empresas se baseiam na melhoria contínua das atividades, e ainda na melhoria da forma como se organizam e trabalham?

A análise correta das atividades que uma empresa realiza, permite à mesma deter um conhecimento aprofundado, sólido, sobre a forma como a organização trabalha. Com todo esse conhecimento as decisões poderão ser tomadas estrategicamente com melhor sustentamento. “[...] a concorrência pode e deve ser citada como fator de mudanças, quando uma empresa lança um novo produto que acaba tornando ultrapassada os produtos de seus concorrentes. (Lãs Casas, 2001, p. 33)”.

Considerando tudo que foi citado, a concorrência entre pequenas e médias empresas, vem crescendo cada vez mais, as mesmas são os principais criadores de postos de trabalho e desempenham um papel considerável na renovação da economia. Em alguns setores essas empresas têm demonstrado agilidade e flexibilidade, tornando-se estruturas com grande capacidade e forte poder de inovação. Por outro lado essas empresas de porte menor enfrentam grandes dificuldades no sentido de falta de planejamento por parte do empresário e por falta de capital financeiro.

“Tais fatores fazem com que essas firmas sejam percebidas como bastante vulneráveis à oscilações na economia e como tendo uma taxa de sobrevivência baixa nos primeiros anos de atividade, isso acaba por inibir a obtenção de financiamento, agravando ainda mais o quadro acima” (Gonçalves, 2002, p. 06).

No aumento da concorrência, conseqüência direta do crescimento empresarial, pode observar os grandes benefícios trazidos pela mesma para os consumidores, ou seja, a concorrência quer comprar produtos de qualidade, durabilidade, com preços acessíveis e melhor atendimento.

As decisões em negócios são principalmente competitivas em sua orientação. Conseqüentemente o administrador necessita compreender a estrutura da concorrência em sua empresa. Embora não haja substituto para o conhecimento íntimo dos rumos do concorrente, o qual é adquirido por um administrador traquejado, a análise econômica da anatomia dos tipos de competição pode abreviar o processo de compreensão de um ambiente competitivo e dar uma amostra do provável comportamento.

Concorrência tem muitos significados diferentes. A palavra sempre denota a presença, num mercado específico, de dois ou mais vendedores, e dois ou mais compradores de determinado artigo, cada um agindo independentemente dos demais. Mas a palavra tem, usualmente, outro sentido. Há concorrência perfeita, pura, impura, monopolística, sem preço, oligopolística, destrutiva, predatória, discriminatória, leal, desleal, potencial e eficaz.

A concorrência perfeita, assim definida, não existe, nunca houve, nem haverá. A palavra denota o extremo de liberdade de controle sobre o preço, assim como a palavra monopólio em sua definição mais estrita, denota o extremo oposto do controle ilimitado de preço.

Concorrência Imperfeita envolve um afastamento mais sério de um ou mais requisitos de perfeição. Podem ser ocultadas aos comerciantes informações sobre a composição de produtos e seus preços. Contratos restritivos, convenções de comércio ou o medo de represálias de concorrentes podem inibir a liberdade ação. Obstáculos sérios podem dificultar a mobilidade de capital entrado no mercado ou saída dele. As condições de concorrência pura ou perfeita podem faltar.

Concorrência sem preço, as concorrências pura e perfeita, desde que requerem padronização, são apenas competições de preço. A concorrência imperfeita e a monopolística, desde que permitem diferenciação de produto, pertencem também à competição dos vendedores em qualidade, acessórios, forma, propaganda e venda.

Oligopólio é a forma de concorrência imperfeita que se obtém quando os

vendedores são poucos e cada um deles de tal tamanho que um aumento ou diminuição em suas vendas afetará apreciavelmente o preço de mercado. A dimensão da venda de cada vendedor em relação ao total é o teste.

Concorrência destrutiva verifica-se quando a existência de estagnação e a pressão de taxas fixas levam os vendedores sucessivamente a baixar os preços a um ponto em que nenhum pode recuperar seus custos e receber um lucro justo. A concorrência que ameaça produzir esse resultado é a guerra de preços.

Concorrência predatória e discriminatória verifica-se a primeira quando um vendedor reduz seu preço com o único propósito de eliminar outro. A concorrência é discriminatória quando ele limita a redução à parte de suas vendas que compete com as realizadas por outro.

O competidor que julga difícil adaptar-se ao preço de outro pode julgar que aquele tenta eliminá-lo, mas essa convicção nada prova. Cada ato de concorrência destina-se a tornar o negócio atraente para um competidor e não para outro, a fim de eliminar o último. (Joel Dean, 1972, pág. 81)

Concorrência Potencial. Esta seja como suplemento da concorrência real o seu substituto, pode coagir os produtores a sobrecarregarem aqueles a quem vendem ou de quem compram. A condição essencial da concorrência potencial é a preservação da liberdade de entrar ou sair do mercado. Não deve haver uma barreira insuperável, natural ou artificial, à expansão ou remoção de empresas existentes ou ao estabelecimento de novas.

Concorrência eficaz é a concorrência entre vendedores, mesmo imperfeita, pode ser considerada como eficaz se oferece aos compradores reais alternativas, suficientes para habilitá-los, movendo suas compras de um vendedor a outro, substancialmente influenciar a qualidade, o serviço e o preço.

CAPITULO III

3. METODOLOGIA

Utilizaremos os **Métodos Teóricos** através dos antecedentes sócio-históricos do objeto em investigação e os **Métodos Empíricos** para diagnosticar a realidade através do tipo de observação, entrevistas, questionários, diálogos, impressões com fornecedores, executivos, funcionários. **Métodos Matemáticos** analisarão os percentuais.

3.1. Pesquisa Bibliográfica

Utilizaremos nesse estudo a orientação de autores especialistas em administração, onde teremos uma visão ampla do assunto abordado, visando uma melhor compreensão e esclarecimento do estudo através de revistas, livros, artigos e informações pesquisadas na internet.

3.2. Pesquisa Documental

São documentos conservados em arquivos da organização como folhas de pagamento, balancetes anuais, coletas de dados, cadastro de pessoal, cadastro de treinamento e cadastro de benefício.

3.3. Pesquisa de Campo

A pesquisa de Campo fazer-se-á:

3.3.1. Universo e Amostra

O universo pesquisado compreenderá os funcionários, fornecedores, gerentes, administradores e clientes, das empresas P. S. J., A. F. e C. V., que são aproximadamente 3035 pessoas. Através da teoria de mostragem determinaram-se os 100% dos funcionários, fornecedores, gerentes e administradores das 03 empresas, 100% dos fornecedores da empresa P. S. J., 15% que corresponde a 45 pessoas da empresa A. F. e 15% que corresponde a 45 pessoas da empresa C. V.. Do total de clientes determinaram-se o 22%, onde 58,3% são da empresa P. S. J., 9,67% da empresa A. F. e 62,5% da empresa C. V. que corresponde a 175 clientes entrevistados por empresa.

Tabela 3.3.1. Coleta para análise das pessoas entrevistadas

EMPRESA	QUANTITATIVO				
	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	Clientes
P. S. J.	8	8	1	-	300
A. F.	22	298	2	1	1808
C. V.	7	300	1	1	280
TOTAL	37	608	4	2	2388
	UNIVERSO		3.035	AMOSTRAGEM	668

3.3.2. Procedimentos para coleta de dados

Serão necessários para coleta de dados as seguintes informações:

- ✓ Relacionamento entre patrão e empregado;
- ✓ Os clientes conquistados nesse período;
- ✓ O crescimento das vendas entre 1999 – 2002;
- ✓ Os investimentos feitos nos últimos anos em tecnologia de ponta;
- ✓ Informatização dos departamentos;
- ✓ Falta de aquisição por parte dos clientes;
- ✓ Produtividade por parte dos funcionários;
- ✓ Treinamentos dados aos funcionários nos últimos anos;
- ✓ Satisfação dos clientes com respeito aos produtos;
- ✓ Programas de capacitação oferecidos pela empresa;
- ✓ Estratégias de vendas;
- ✓ Qualidade no atendimento.

Determinar a amostra adequada.

Elaborar instrumentos a serem realizados com recursos para a coleta de dados.

Coletar as informações.

3.3.3. Instrumentos:

Utilizaremos questionários com perguntas semi-abertas e fechadas auxiliando-nos da participação não justificante, assistemática, em equipe e na vida real.

3.3.4. Sujeitos Entrevistados:

Tabela 3.3.2.: Amostra selecionada na aplicação de questionários

EMPRESA	QUANTITATIVO				
	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	Clientes
P. S. J.	8	8	1	-	175
A. F.	22	45	2	1	175
C. V.	7	45	1	1	175
TOTAL	37	98	4	2	525
	UNIVERSO		3.035	AMOSTRAGEM	668

Com a posse dos dados levantados, será possível analisar os mesmos com a finalidade não só de verificar os problemas, mas identificar as causas e conseqüências das mesmas.

- A motivação geradora de dedicação e resultados;
- A remuneração como forma de sustentação dos empregados;
- Ambiente agradável;
- Participação em treinamentos;
- Criatividade para a consecução de metas estabelecidas;
- Oportunidades de crescimento pessoal;
- Desenvolvimento das tarefas adotadas;
- Eficácia no atendimento.

3.4. Pesquisa Estudo de Caso:

A pesquisa de Estudo de Caso fazer-se-á:

3.4.1. Universo e amostra:

Tabela 3.4.1.: Universo analisado na pesquisa de estudo de caso

EMPRESA	QUANTITATIVO				
	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	
P. S. J.	8	8	1	-	
A. F.	22	298	2	1	
C. V.	7	300	1	1	
TOTAL	37	606	4	2	TOTAL 649

O universo pesquisado compreenderá os funcionários, fornecedores, gerentes e administradores das empresas P. S. J., A. F. e C. V., que são 651 pessoas. Através da teoria de amostragem determinou-se o 37% que corresponde a 08 entrevistados por empresa.

3.4.2. Procedimentos para Coleta de Dados

Analisaram-se as seguintes informações:

- ✓ Vida escolar;
- ✓ Condições físicas;
- ✓ Situação social;
- ✓ Traços da personalidade;
- ✓ Ambiente familiar;
- ✓ Aspectos emocionais;
- ✓ Ambiente organizacional;
- ✓ Relacionamento entre patrão e empregado;

- ✓ Interação funcionários / clientes;
- ✓ Cooperação entre os participantes da organização;
- ✓ Comunicação entre os funcionários;
- ✓ Compreensão das ações a serem desenvolvidas.

3.4.3. Instrumentos:

Utilizaremos entrevistas com perguntas abertas auxiliando-nos da observação justificante, assistemática, em equipe e na vida real.

3.4.4. Sujeitos Entrevistados:

Tabela 3.4.4.: Amostra selecionada na aplicação de entrevistas na empresa A. F.

A. F.	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	Total
% de entrevistados	9,09%	-	-	-	100%
Nº de pessoas	1	-	-	-	1

Tabela 3.4.5.: Amostra selecionada na aplicação de entrevistas na empresa C. V.

C. V.	Funcionários	Fornecedores	Gerentes	Administradores	Total
% de entrevistados	14,28%	-	-	-	100%
Nº de pessoas	2	-	-	-	2

Partindo do pressuposto se fará um diagnóstico da situação atual das empresas,

através desse estudo surgirão soluções imediatas e em longo prazo. Faremos um prognóstico de como se encontrará a empresa daqui a dois anos se implantada as soluções geradas em dito estudo, através de um acompanhamento profissional.

Assim, ao subsidiarmos estas empresas por meio deste estudo, procuramos reforçar os mecanismos utilizados por estas organizações para garantir clientes satisfeitos, oferecendo condições de analisar algumas tendências do mercado, como ferramenta para mensuração das preferências e opiniões sobre diversos aspectos relacionados tanto aos clientes externos, quanto aos internos. Adotamos tais medidas para fortalecer o gerenciamento das empresas estudadas e, conseqüentemente, alicerçar suas ações em dados extraídos desta pesquisa, prevendo situações que possam ter caráter decisivo para a manutenção e alcance dos seus objetivos.

Com a realização deste estudo minucioso sobre estas 3 empresas de São João dos Patos-MA, tentaremos ratificar que tais organizações estão prontas para competir, utilizando material humano qualificado e competente, considerando que há pessoas que mantêm um grau de comprometimento elevado, coerente e responsável, como vocês poderão constatar nas entrelinhas deste projeto, que certamente trará somente bons frutos para a classe empresarial e também à nossa população.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO

Juntando todos os dados obtidos através deste estudo, pretendemos demonstrar o grande diferencial competitivo de cada empresa estudada, com o intuito de orientar os empresários a controlar melhor suas ações, possibilitando uma coordenação equilibrada das diretrizes traçadas, objetivando um direcionamento junto às mudanças ocorridas de forma incessante por motivos vários, e facilitar a aplicação de planejamento que seja adequado e consiga atingir todos os níveis e todos os setores das empresas estudadas.

As organizações C. V., A. F. e o P. S. J. Ltda, foram acompanhadas durante certo período, de modo incansável, por nós pesquisadores, que por meio de questionários direcionados tanto aos funcionários quanto aos clientes, buscamos analisar de modo responsável e imparcial o que podemos aqui chamar de divisor das necessidades que cada empresa estudada possui, utilizando critérios que favoreçam estas empresas em sua longa jornada rumo ao sucesso.

Assim, ao subsidiarmos estas empresas por meio deste estudo, procuramos reforçar os mecanismos utilizados por estas organizações para garantir clientes satisfeitos, oferecendo condições de analisar algumas tendências do mercado consumidor, como ferramenta para mensuração das preferências e opiniões sobre diversos aspectos relacionados tanto aos clientes externos, quanto aos internos.

Adotamos tais medidas para fortalecer o gerenciamento das empresas e, conseqüentemente, alicerçar suas ações em dados extraídos desta pesquisa, prevendo situações que possam ter caráter decisivo para a manutenção e alcance de seus objetivos. De modo geral, as instituições são formadas por pessoas, das quais dependem para sua sobrevivência. Essas pessoas têm idades variadas e concernentes a ambos os sexos.

Através desse cruzamento, verificou-se que na empresa C. V. os participantes do sexo masculino, que são 28,5% (n=2) profissionais com certa experiência de trabalho e idades acima dos 30 anos e os jovens com idades variando entre 18 e 30 anos equivalem a 28,5% (n=2) do total, já com relação ao quadro de funcionários femininos que são a maioria na organização, 14,2% (n=1) é jovem com faixa etária inferior a 30 anos e 28,5% (n=2) são aquelas que têm mais habilidades no cargo que ocupa com idade superior a 3 décadas.

No P. S. J. Ltda o quadro de funcionários é composto somente por homens, desses 66,6% (n=4) têm idade que varia de 18 a 30 anos e 33,3% (n=2) com faixa etária superior a 30 anos.

Em situação parecida com a 1.^a empresa, o A. F. ocupa a maioria dos postos de trabalho disponíveis por pessoas do sexo masculino, entre eles 28,5% (n=6) estão entre 18 e 30 anos e aqueles que já possuem uma certa prática no trabalho com idade acima de 30 anos que representam 42,8% (n=9).

Ao observamos os dados acima, podemos concluir que as empresas pesquisadas trabalham com pessoas com uma certa experiência, com aquelas que estão começando, de ambos os sexos, isso significa que está havendo uma abertura por parte dos empresários, atitudes essas que vão auxiliar no crescimento da empresa. Acrescentando ainda que as empresas em estudo buscam cada vez mais profissionais qualificados, que trabalhem com e para o crescimento e desenvolvimento da organização. Quando se fala em qualidade, temos que levar em consideração apenas os aspectos em que os funcionários sempre levem o melhor para os consumidores, procurando agrada-los em todos os sentidos. Vale ressaltar que o mercado atual deve abrir caminho para ambos os sexos, ambas as idades, basta que as mesmas demonstrem que tem capacidade de executar os trabalhos, respeitando as regras de uma boa convivência. Raça, sexo crença ou religião, em uma boa empresa o que vale mesmo é a vontade de fazer o melhor pelos os clientes.

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

Faixa Etária	Sexo			
	Masculino		Feminino	
	F	%	F	%
Empresa C. V.				
De 18 a 30 anos	2	28,5	1	14,2
Acima de 30 anos	2	28,5	2	28,5
Total de Funcionários	07		100	
Empresa P. S. J.				
De 18 a 30 anos	4	66,6	-	-
Acima de 30 anos	2	33,3	-	-
Total de Funcionários	06		100	
Empresa A. F.				
De 18 a 30 anos	6	28,5	2	9,5
Acima de 30 anos	19	42,8	4	19,0
Total de Funcionários	21		100	

Em um mundo globalizado e em constantes mudanças, as empresas estão buscando incansavelmente vencer as diferenças e ficar à frente dos concorrentes, prova disso, são os cargos que estão sendo ocupados por integrantes do chamado “sexo/frágil”, as mulheres estão ganhando espaço no mercado de trabalho, comandam grandes empresas com muita responsabilidade, disciplina, pulso firme e sucesso. Trazendo para nossa realidade o que pode ser decisivo para o futuro das nossas empresas. Sabemos que nos encontramos bastante distantes dos grandes centros urbanos, no entanto, temos consciência de que podemos e estamos acompanhando esta globalização e inserindo no mercado de trabalho muita força e competência através do trabalho das mulheres.

Realizamos o cruzamento das variáveis sexo e faixa etária com o propósito de conhecer mais profundamente a estrutura étnica das empresas, com o intuito de saber se as mesmas estão empregando os jovens profissionais com idéias inovadoras, se aquelas pessoas com mais experiência profissional com idade mais avançada estão sendo devidamente respeitadas, visto que podem agir como jovens, tendo abertura para assimilar as novas informações e ao mesmo tempo, saber se os funcionários das organizações estudadas foram

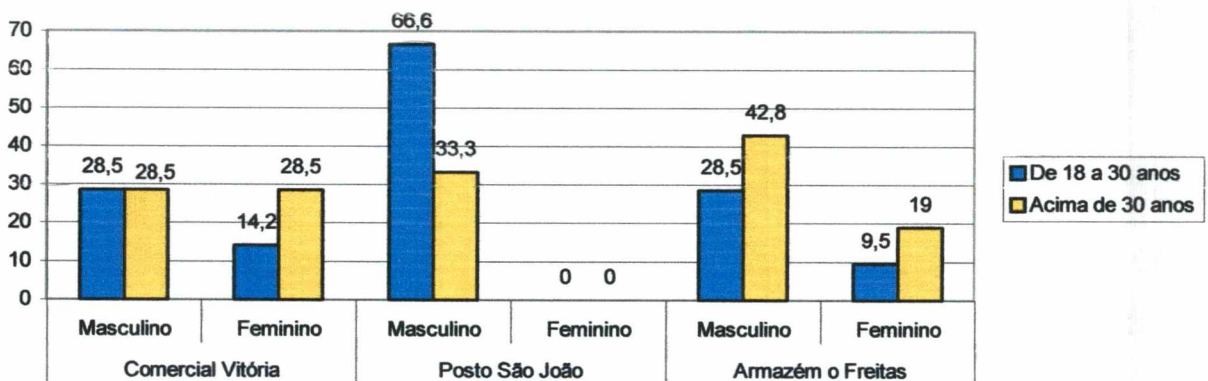
selecionados pela distinção de jovens e adultos, homens e mulheres.

Comparamos os dados extraídos da investigação e constatamos que na empresa C. V. a maioria dos funcionários são do sexo masculino, sendo 57,0% (n=4) do grupo. Com relação à faixa etária os cargos estão divididos entre jovens com idade inferior a 30 anos e adultos com idade superior a 30 anos. No P. S. J. Ltda, o quadro de funcionários é formado exclusivamente pelo sexo masculino, vindo nos jovens de 18 a 30 anos as maiores oportunidades de crescimento com o percentual de 66,6% (n=4) e no A. F. a exemplo das 2 outras empresas o sexo masculino predomina com o índice de 71,3% (n=15), porém, estão em maior número aqueles com idade acima de 30 anos somando 42,8% (n=9).

Como citado no início o número de mulheres atuantes nas firmas é considerável, 42,7% (n=3) no C. V. e 28,5% (n=6) no A. F..

Juntando todos esses dados, chegamos a conclusão de que as empresas ainda são conservadoras no momento de selecionar seus colaboradores, com restrições ao sexo e a idade, em contra partida, observamos que com o advento da globalização, e as mudanças provocadas por esta no mercado, os empresários estão percebendo que a melhor forma de lidar com isso, é por meio da flexibilidade, cuja importância se dar pela ajuda que aqueles que estão despontando no mercado, certamente precisarão para garantir o sucesso das suas organizações.

4.1. Demonstrativo da análise da faixa etária e idade dos funcionários



4.1. Checagem das formas de lideranças exercida nas empresas e sua influência na motivação os funcionários

Cruzando a opinião dos funcionários da Empresa estudada C. V. sobre a interação dos líderes com o que mais os motiva, verificamos que aqueles que afirmam que existe interação 14,2% (n=1) asseguram que o que mais provoca motivação no grupo é o alcance de metas e desafios, 85,7% (n=6) preferem o reconhecimento profissional como fator fundamental, para 14,2% (n=1) que tem no crescimento profissional a maior justificativa para o aumento da motivação nas organizações.

Na Empresa P. S. J. 33,3% (n=2) acreditam que para que haja uma maior motivação deve existir a interação entre o líder e as equipes de trabalho, sendo que 66,6% (n=4) apontaram que essa interação ajudará no crescimento profissional e 16,6% (n=1) disse que somente, às vezes, existe essa interação, no entanto reconhecem a grande importância deste fator para o crescimento profissional.

Já na Empresa A. F. 14,2% (n=3) asseguram que essa interação facilitará o alcance das metas e desafios, onde 61,9% (n=13) dos funcionários indicaram que interação é um fator determinante para que haja um maior reconhecimento e 23,8% (n=5) confirmam que a interação entre líder e liderados contribuem para o sucesso e conseqüentemente para o crescimento profissional.

Os dados acima reforçam a idéia de que o envolvimento entre patrões e empregados é fundamental para a concretização dos resultados. Conversas constantes é necessário que os líderes ouçam as opiniões dos seus liderados, e procurem de forma clara e objetiva expor as metas que pretendem alcançar, e que no caminho que é percorrido para chegar a consecução das mesmas, fique lado a lado, orientando e auxiliando-os, dessa forma os empregados se sentirão mais seguros e conscientes dos resultados que a empresa pretende obter. Essa interação é uma das formas mais seguras e confiáveis de continuar no mercado.

4.1.1. Diagnóstico da influencia do líder na motivação da equipe

O que mais lhe motiva em sua equipe?	Seu líder interage com a equipe?			
	Sim		Às vezes	
	F	%	F	%
Empresa C. V.				
Sua equipe	-	-	-	-
Salário benefício	-	-	-	-
Metas e desafios	1	14,2	-	-
Programas de excelência	-	-	-	-
Reconhecimento	6	85,7	-	-
Crescimento Profissional	-	-	1	14,2
Outros	-	-	-	-
Total de Funcionários	07		100	
Empresa P. S. J.				
Sua equipe	-	-	-	-
Salário benefício	-	-	-	-
Metas e desafios	2	33,3	-	-
Programas de excelência	-	-	-	-
Reconhecimento	-	-	-	-
Crescimento Profissional	4	66,6	1	16,6
Outros	-	-	-	-
Total de Funcionários	06		100	
Empresa A. F.				
Sua equipe	-	-	-	-
Salário benefício	-	-	-	-
Metas e desafios	3	14,2	-	-
Programas de excelência	-	-	-	-
Reconhecimento	13	61,9	-	-
Crescimento Profissional	5	23,8	-	-
Outros	-	-	-	-
Total de Funcionários	21		100	

Nos dias atuais as grandes Empresas destacam-se pelo modo como são trabalhadas as diversas formas de motivação e a interação entre os líderes e as equipes de trabalho.

Realizamos o cruzamento das variáveis relacionadas com a interação líder com as equipes de trabalho e o que mais motiva os funcionários, para identificarmos qual a influência do líder na motivação dos liderados e como isso vai contribuir para o alcance dos objetivos traçados pela empresa e seu crescimento no mercado. Considerando as variáveis existentes no comportamento dos funcionários, uma vez que estes precisam estar sempre motivados para

obtenção dos propósitos que deverão fazer parte dos critérios utilizados pela empresa para sua manutenção junto à concorrência.

Entendemos que um funcionário motivado torna-se mola-propulsora dentro da organização, pois nunca medirá esforços na tentativa de consolidar o nome de sua instituição. Ensejando esclarecer aos empresários qual seria a melhor forma de estimular seus colaboradores, por percebermos que somente desta maneira possibilitaremos alternativas para que as firmas possam satisfazer plenamente os consumidores e conseqüentemente crescer no aspecto econômico.

Estabelecendo um paralelo entre a interação líder com a equipe e o que mais motiva os funcionários a trabalhar, pode-se observar que a Empresa C. V. tem como instrumento primordial de motivação o reconhecimento profissional com 85,7% (n=4) optaram por crescimento profissional. Na empresa A. F. 61,9% (n=13) afirmam que o reconhecimento profissional é indispensável na motivação e auxilia no desenvolvimento da organização.

Constatamos que a Empresa A. F. se destaca positivamente das demais, considerando que todos os funcionários entrevistados apontaram total satisfação com relação à interação líder com as equipes de trabalho. Já no outro extremo aparece a Empresa C. V. com uma expressiva opinião entre os funcionários donde 14,2% (n=1) admitem que o líder só interage com a equipe às vezes, logo em seguida vem a Empresa P. S. J. com 16,6% (n=1) que compartilha da mesma opinião.

Ao mesmo tempo, perguntando aos funcionários, sobre até que ponto eles precisam sentir-se motivados para desempenhar melhor seu papel.

O F(1) da empresa A. F., diz:

[...] “É preciso apenas que a organização tenha uma boa relação com seus funcionários”[...].

Encontrando-se de acordo, o F(2) da empresa C. V., relata:

[...]”O líder, estando sempre do nosso lado, conversando, procurando ajudar e reconhecendo nosso trabalho, é o mais importante”.

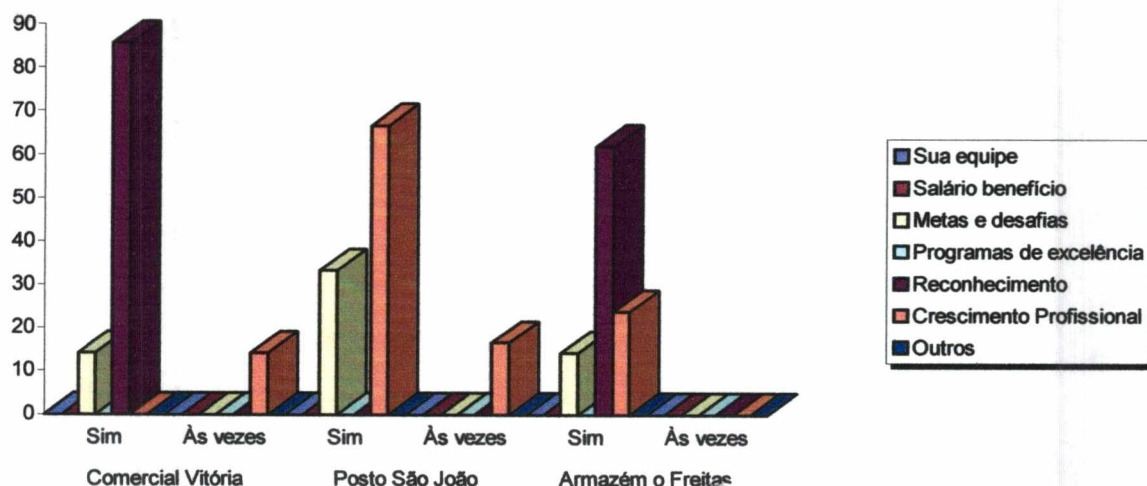
Concordando plenamente com as opiniões acima, o F(3) da empresa C. V., diz:

“Essa questão de motivação só depende de uma boa conversa”[...].

É válido ressaltar, que avaliar se existe uma interação entre líder e equipe e os fatores que contribuem para a motivação dos funcionários, trás grandes vantagens para todos os participantes da Empresa, uma vez que cliente interno trabalhando com otimismo, força de vontade, conseqüentemente terão clientes externos satisfeitos com o produto ou serviços prestados de maneira confiável segura e com rapidez, além de conseguirmos a fidelização dos mesmos.

É notório que as instituições a cada dia priorizam ainda mais seus participantes no tocante ao ponto da motivação. Uma vez que um funcionário pode contar com o apoio de seus patrões, estes, evidentemente, dispensarão maior dedicação e comprometimento em favor da empresa, ajudando-a a continuar competindo no mercado e possibilitando crescimento e disposição para a constante defesa dos seus interesses na prática da consecução dos objetivos definidos.

4.1.1. Demonstrativo da análise da influência do líder na motivação da equipe



Através do cruzamento obtivemos os seguintes resultados: na Empresa C. V. 28,5% (n=2) responderam que a conversa com a equipe ajuda no crescimento profissional e na obtenção de resultados, 28,5% (n=2) dos funcionários acham que a conversa entre as equipes contribui para melhorar a produtividade, sendo que 14,2% (n=1) acreditam que as conversas entre as equipes auxiliam na elevação da auto-estima, já 14,2% (n=1) dos funcionários concordam que traçar alternativas além de ajudar a alcançar as metas trará uma melhor produtividade para a Empresa.

Na Empresa P. S. J. os resultados foram: 33,3% (n=2) acreditam que para que haja crescimento profissional tem que existir conversa entre as equipes, 33,3% (n=2) sinalizaram que a produtividade da Empresa depende de conversas entre líder e liderados, sendo que 16,3% (n=1) afirmam que quando não há o alcance das metas o líder deve assumir a responsabilidade para que as avaliações de desempenho ofereçam crescimento profissional, 16,6% (n=1) disseram que o líder deve apresentar alternativas para que a produtividade aumente.

Já na Empresa A. F. os dados extraídos foram: 14,2% (n=3) acreditam que uma boa conversa em equipe trará um maior crescimento profissional, 4,7% (n=1) opinaram que a conversa ajuda no reconhecimento pelas metas alcançadas, 23,8% (n=5) confirmam a importância de existir uma boa comunicação quando se trata de enriquecer conhecimentos, onde 28,5% (n=6) baseiam-se em alternativas para aumentar o crescimento profissional, 14,2% (n=3) apontaram novas alternativas para que haja um reconhecimento pelas metas alcançadas, e 14,2% (n=3) analisam essas alternativas de alto valor para enriquecer o reconhecimento, conseguindo assim um elevado nível de entendimento entre todos os participantes, viabilizando metas e alcançando os objetivos determinados pelos dirigentes, através de uma comunicação transparente, proporcionando maior compreensão no que respeita os interesses da organização, para sua permanência em um mercado competitivo, onde cada profissional corresponda à maiores exigências por produtos de qualidade superior.

4.1.2. Avaliação das atitudes do líder quando não há o alcance das metas

Por que você acha importante as avaliações de desempenho?	O que o líder faz quando a equipe não alcança as metas?					
	Conversa com a equipe		Assume a responsabilidade		Apresenta alternativas	
	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.						
Para crescimento profissional	2	28,5	1	14,2	-	-
Para melhorar a produtividade	2	28,5	-	-	1	14,2
O reconhecimento pelas metas alcançadas	-	-	-	-	-	-
Para elevar a auto-estima	1	14,2	-	-	-	-
Para enriquecer o conhecimento	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	07			100		
Empresa P. S. J.						
Para crescimento profissional	2	33,3	1	16,6	-	-
Para melhorar a produtividade	2	33,3	-	-	1	16,6
O reconhecimento pelas metas alcançadas	-	-	-	-	-	-
Para elevar a auto-estima	-	-	-	-	-	-
Para enriquecer o conhecimento	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	06			100		
Empresa A. F.						
Para crescimento profissional	3	14,2	-	-	6	28,5
Para melhorar a produtividade	-	-	-	-	-	-
O reconhecimento pelas metas alcançadas	1	4,7	-	-	3	14,2
Para elevar a auto-estima	-	-	-	-	-	-
Para enriquecer o conhecimento	5	23,8	-	-	3	14,2
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	21			100		

A análise realizada entre as Empresas pesquisadas a respeito do que o líder faz quando a equipe não alcança as metas e por que os funcionários acham importantes as avaliações de desempenho tem por objetivo investigar as causas determinantes que podem ocasionar o não alcance das metas, como o líder age nessa situação e de que forma é aplicada a avaliação de desempenho dos funcionários, visando despertar a motivação da equipe para desempenhar melhor as suas tarefas. Fortalecendo o elo de ligação entre líderes, liderados e consumidor final, favorecendo o crescimento e a interação dos mesmos, para melhorar o seu desempenho através de ações motivadas e assegurar estabilidade nos negócios.

Dados comparativos coletados entre as três Empresas na oportunidade que foram entrevistados revelam que nas mesmas a conversa com a equipe predomina no momento é que as metas não são alcançadas, logo em seguida percebe-se que as Empresas C. V. e P. S. J. compactuam com a mesma idéia de que as avaliações de desempenho são importantes para o crescimento profissional e para melhorar a produtividade, C. V. com o percentual de 57% (n=4), já o P. S. J. equivale a 66,6% (n=4), sendo que na Empresa A. F. as opiniões foram diversificadas, 42,7% (n=9) opinaram pelo crescimento profissional, 18,9% (n=4) escolheram o reconhecimento pelas metas alcançadas e observamos também 38% (n=8) acham que enriquecer conhecimentos é o motivo das avaliações de desempenho, observamos também que das três Empresas investigadas, no C. V. 56,9% (n=4) dos questionados responderam que o ambiente físico da Empresa precisa melhorar, o percentual considerável, insatisfação que pode influenciar nas realizações das tarefas.

No entanto, questionando os funcionários sobre, se de fato, a avaliação de desempenho eleva a auto-estima ou os inibe completamente em suas ações.

O F(1) da empresa A. F., diz:

“Eu acho que eleva a auto-estima, porque a partir do momento que você sabe que está sendo avaliado, você luta para que sua avaliação seja proveitosa”[...].

Concordando com a opinião acima, o F(2) da empresa C. V., diz:

“Aqui na nossa empresa, a avaliação de desempenho é assim, uma grande aliada, observamos que a avaliação nos incentiva a fazer melhor e sempre satisfazendo a necessidade dos clientes”[...].

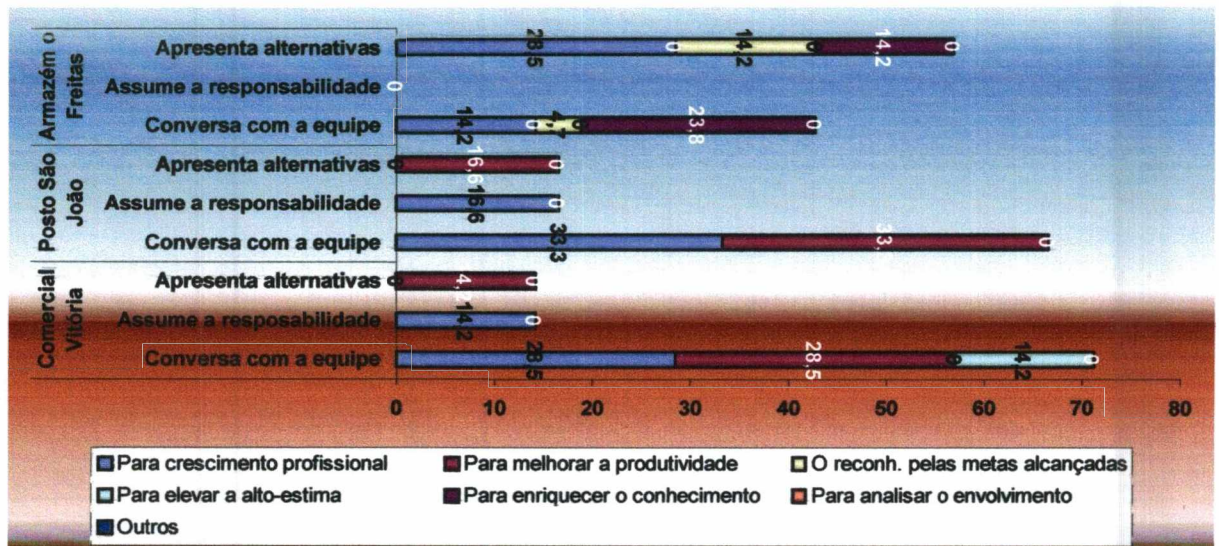
Convergindo, mas, de forma cautelosa, com os demais entrevistados, o F(3) da empresa C. V., diz:

[...] “Fazer avaliação de qualquer empregado é muito complicado, muitas vezes ele não fica satisfeito, aí, eu vou, e digo que é melhor pra ele, pois ele vai melhorar”.

Percebemos com essa análise que as avaliações de desempenho são primordiais e devem ser usadas principalmente quando as equipes não alcançam as metas, pois a partir dela o líder irá detectar as causas do não alcance das metas e poderá então trabalhar as falhas,

adaptando-as de acordo com a necessidade, e isso poderá ser feito através de conversas periódicas com as equipes, as alternativas serão apresentadas e os funcionários irão expor suas idéias, ajudando assim, no alcance das soluções e conseqüentemente da continuação da Empresa no mercado. Para tanto se faz necessário um diálogo constante entre os participantes na tentativa de superar as possíveis deficiências e transformar as ameaças em oportunidades que sobrepujam as dificuldades e elevem o grau de motivação dos empregados.

4.1.2. Demonstrativo da análise das formas de avaliação do líder



Ao cruzarmos a opinião dos funcionários da organização em investigação observamos que entre aqueles que afirmam que o ambiente físico da Empresa C. V. é bom, 57,1% (n=4) consideram o uso dos computadores modernos uma das razões da empresa estar concorrendo no mercado, 42,8% (n=3) dizem que o fato de terem na Empresa computadores com acesso a Internet significa está dentro do mercado, 28,5% (n=2) opinaram por curso de capacitação, já 71,4% (n=5) afirmam que os incentivos para funcionários com idéias inovadoras é de grande importância para motivação dos mesmos e para permanência da Empresa no mercado competitivo, sendo que 14,2% (n=1) escolheram a posse de máquinas de

alta produtividade como fator determinante da continuidade da Empresa no mercado, para 28,5% (n=2) que apontam outras alternativas que auxiliam na concorrência, já 28,5% (n=2) acham que o uso de computadores modernos mostra que estão preparados para concorrência, já 14,2% (n=1) reconhecem que estão prontos para concorrer no mercado, pois utilizam computadores com acesso a Internet e 14,2% (n=1) responderam que incentivar os funcionários com idéias inovadoras é a melhor forma de estar sempre competindo no mercado.

Na Empresa P. S. J. verificamos que aqueles que afirmam que o ambiente físico é bom 66,6% (n=4) disseram que estão conseguindo continuar no mercado por fazerem uso de computadores modernos, 33,3% (n=2) acham que o uso de computadores modernos com acesso a Internet influencia diretamente na concorrência e no alcance da satisfação dos clientes, sendo que 66,6% (n=4) dos funcionários reconhecem que conseguem concorrer por participarem freqüentemente de cursos de capacitação, já 100% (n=6) afirmam que o fato de estarem sempre com idéias inovadoras e sendo motivados por isso, conseguem manter-se no mercado, 16,6% (n=1) indica que as máquinas de alta produtividade são fator essencial para permanecer no mercado e para 16,6% (n=1) que por ter outras alternativas em mente opinou por outros.

Já na Empresa A. F., constatamos que 100% (n=21) dos funcionários entrevistados admitem que o ambiente físico é satisfatório e sua Empresa tem como forte o uso de computadores modernos, o que os permite competir com igualdade no mercado, sendo que já 4,7% (n=1) acreditam que estão no mercado por utilizarem computadores com acesso a Internet, 100% (n=1) dos funcionários expõe que os cursos de capacitação são fatores indispensáveis para a perpetuação da Empresa no mercado e para 95,2% (n=20) que escolheram incentivos para funcionários com idéias inovadoras como o principal motivo de continuar concorrendo, além do que passam a sentirem-se mais motivados trabalhando em um ambiente físico confortável.

O ambiente físico de trabalho é essencial para que as ações de trabalho possam ser realizadas de acordo com o esperado, quando se trabalha em um ambiente limpo, com iluminação adequada, e satisfaça as necessidades básicas, podemos tirar certeza que o produto ou serviço final será satisfatório.

O ambiente físico deve ser adequado tanto para os participantes da organização, como para os clientes, que sentem-se mais confortáveis ao entrar em um ambiente agradável, levando-os a adquirir os produtos e serviços e sair do interior da mesma satisfeitos e com o propósito de voltar e até se fidelizar a firma, conseqüentemente a mesma se desenvolverá no mercado.

4. 1.3. Diagnóstico da influencia do ambiente físico na concorrência entre as empresas

Por que sua empresa está preparada para a concorrência?	Como é o ambiente físico de sua empresa?			
	Bom		Precisa Melhorar	
	F	%	F	%
Empresa C. V.				
Uso de computadores modernos	4	57,1	2	28,5
Computadores com acesso a internet	3	4,28	1	14,2
Cursos para capacitação	2	28,5	-	-
Incentivos para funcionários com idéias inovadoras	5	71,4	1	14,2
Possui máquinas de alta produtividade	1	14,1	-	-
Outros	2	28,5	-	-
Total de funcionários	07		100	
Empresa P. S. J.				
Uso de computadores modernos	4	66,6	-	-
Computadores com acesso a internet	2	33,3	-	-
Cursos para capacitação	4	66,6	-	-
Incentivos para funcionários com idéias inovadoras	6	100	-	-
Possui máquinas de alta produtividade	1	16,6	-	-
Outros	1	16,6	-	-
Total de funcionários	06		100	
Empresa A. F.				
Uso de computadores modernos	21	100	-	-
Computadores com acesso a internet	1	4,7	-	-
Cursos para capacitação	21	100	-	-
Incentivos para funcionários com idéias inovadoras	20	95,2	-	-
Possui máquinas de alta produtividade	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-
Total de funcionários	21		100	

Nos tempos atuais os empresários que querem manter-se no mercado, têm que levar em consideração os fatores que motivem os participantes, e existe um muito importante, que é o ambiente físico organizacional, que quando é adequado, propício para a realização das tarefas e leva ao atingimento das metas estabelecidas, torna-se fundamental para ajudar a empresa a crescer e se desenvolver à frente dos concorrentes, por isso resolvemos ouvir a opinião dos mais interessados enquanto a isso, os funcionários. Queremos através desta entrevista identificar como o ambiente físico influencia na realização das funções e o que as empresas têm feito para adaptarem-se as mudanças e continuar concorrendo no mercado.

Observando os dados comparativos coletados entre as três empresas podemos constatar que 100% dos funcionários do P. S. J. e do A. F. consideram o ambiente físico da empresa bom, porém no C. V. grande parte discorda, 56,9% (n=4) dos entrevistados afirmam que o ambiente físico precisa melhorar, ficando mais propício para a realização das tarefas. Enquanto no que se refere aos principais fatores que influenciam na preparação da organização para concorrência, o C. V. e o P. S. J. estão de pleno acordo, quando falam nos incentivos para funcionários com idéias inovadoras, temos percentuais de 71,4% (n=5) e 100% (n=6) respectivamente, discordando o A. F. com os índices de 100% (n=21) para uso de computadores modernos e cursos de capacitação.

Todavia, perguntando aos funcionários sobre quais fatores contribuem mais para o ambiente físico da empresa ser considerado como bom.

O F(1) da empresa A. F., diz:

[...] “É a aquele que você tem todos os utensílios necessários para a realização do seu trabalho”[...].

Favoravelmente, o F(2) da empresa C. V., diz:

[...] “Tenho uma cadeira confortável, o espaço é grande, em alguns momentos ouvimos músicas e até assistimos televisão”[...].

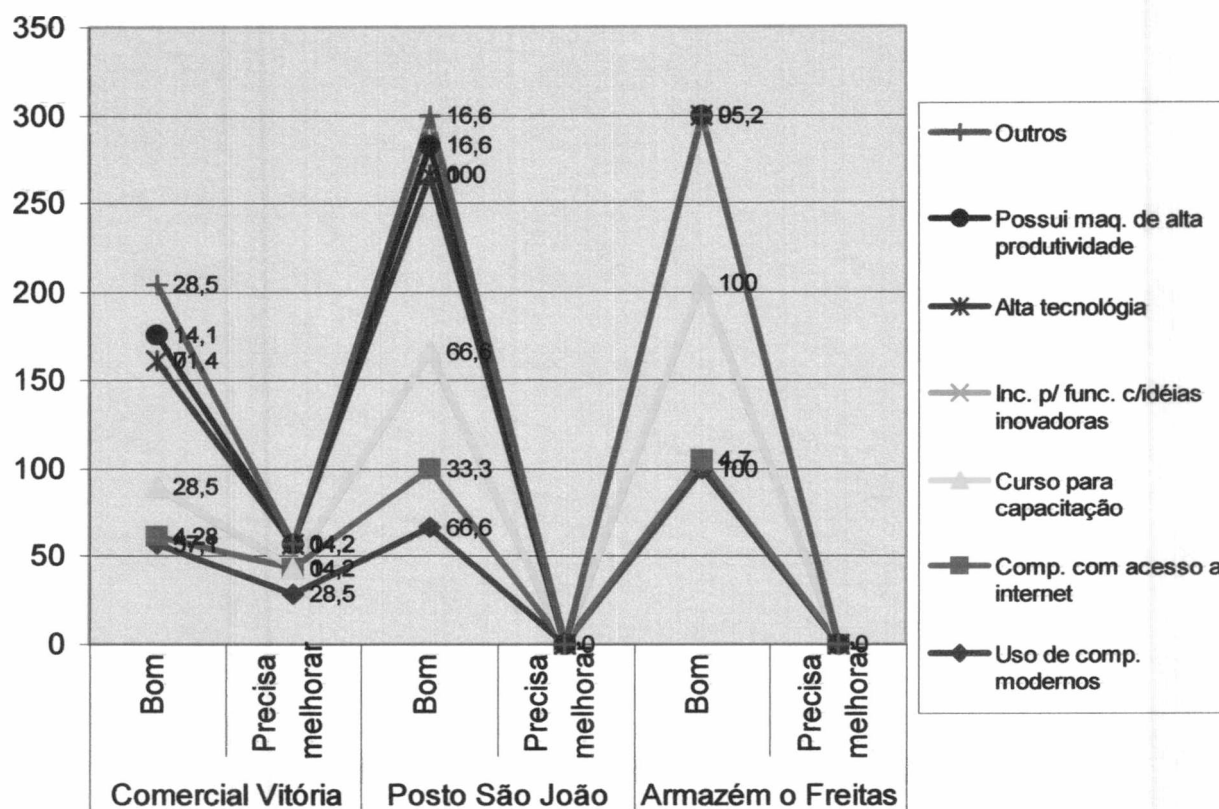
Completando, o F(3) da empresa C. V., diz:

[...] “O que mais contribui para esse ambiente é o conforto do empregado, ele tem

até um momento para relaxar, ouvindo uma música, e até vendo um noticiário na televisão”.

Após analisarmos detalhadamente as semelhanças e diferenças das três empresas pesquisadas, chegamos a conclusão de que o ambiente físico das mesmas é propício para as ações de trabalho, só precisa de mais alguns ajustes e cabe ao líder procurar preencher essas falhas e criar incentivos para a motivação, bem como acreditar mais em seu grupo, dando suporte a todos os fatores necessários para que eles possam sempre estar preparados para concorrer no mercado usando como ferramentas a qualidade dos produtos e dos serviços prestados, alcançando a excelência empresarial em todos os níveis da organização, por meio de colaboradores sempre comprometidos e motivados com as ações determinadas por seus líderes, evidenciando cada vez mais a importância de uma liderança participativa e flexível.

Gráfico 4.1.3. Comparativo do ambiente físico entre as empresas em concorrência



4.2. Exame do nível de motivação profissional dos funcionários no aumento das vendas

Investigadas as Empresas, podemos observar o universo em que os funcionários estão inseridos, verificou-se que na Empresa C. V., dos funcionários que afirmam ter um bom relacionamento com a equipe 14,2% (n=1) está insatisfeito com o salário-benefício, 28,5% (n=2) reconhecem estar insatisfeitos com a falta de trabalho, para 14,2% (n=1) que acha que o ambiente de trabalho deixa a desejar, já 14,2% (n=1) afirma que mantém um relacionamento de equipe razoável e que o ambiente de trabalho não é propício para a realização dos trabalhos, no entanto 14,2% (n=1) acredita que a falta de trabalho é fator primordial para a insatisfação na equipe, além de considerar razoável o relacionamento entre as equipes e por último 14,2% (n=1) expressa que a equipe precisa melhorar o relacionamento e aponta a falta de trabalho como a causa maior da insatisfação na Empresa.

Com respeito à Empresa P. S. J., 16,6% (n=1) dos funcionários explicitaram que a equipe não se relaciona muito bem e que o chefe causa insatisfação e acaba desmotivando o mesmo no sentido de alcançar as metas, já 83,3% (n=5) acreditam que têm um bom relacionamento com a equipe e indicaram a alternativa outros no que diz respeito a alguma coisa que os deixem insatisfeitos na Empresa.

Na Empresa A. F., 100% (n=21) dos funcionários afirmam que têm um bom relacionamento com a equipe de trabalho e preferiram não opinar em relação a algum tipo de insatisfação ocasionada pela Empresa.

Se relacionar bem com a equipe do trabalho é ponto que deve ser trabalhado dentro das organizações que pretendem manter-se no mercado. Os dados confirmam que as empresas em estudo costumam utilizar deste recurso para chegar a concretização dos resultados e conseqüentemente a permanecer à frente dos concorrentes. Esse relacionamento auxilia no preenchimento dos espaços que possam vir a levar a qualquer tipo de insatisfação por parte dos clientes dentro da empresa.

Tabela 4.2.1. Avaliação do relacionamento das equipes através dos fatores de insatisfação

O que mais o deixa insatisfeito em sua empresa?	Como é o seu relacionamento com a equipe?					
	Bom		Razoável		Precisa melhorar	
	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.						
Salário Benefício	1	14,2	-	-	-	-
A falta de trabalho	2	28,5	1	14,2	1	14,2
O chefe	-	-	-	-	-	-
O ambiente	1	14,2	1	14,2	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Não quiseram opinar	-	-	-	-	-	-
Total de funcionários	07			100		
Empresa P. S. J.						
Salário Benefício	-	-	-	-	-	-
A falta de trabalho	-	-	-	-	-	-
O chefe	-	-	1	16,6	-	-
O ambiente	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Não quiseram opinar	5	83,3	-	-	-	-
Total de funcionários	06			100		
Empresa A. F.						
Salário Benefício	-	-	-	-	-	-
A falta de trabalho	-	-	-	-	-	-
O chefe	-	-	-	-	-	-
O ambiente	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Não quiseram opinar	21	100	-	-	-	-
Total de funcionários	21			100		

As Empresas devem assegurar que seus funcionários estejam relacionando-se constantemente com suas equipes e se há alguma insatisfação por parte dos mesmos em relação à Empresa em que atuam, pensando nisso resolvemos investigar nas Empresas em estudo, como é o relacionamento entre as equipes e os fatores que levam a insatisfação dos funcionários e como isso afeta o consumidor final, detectadas as falhas, esperamos, portanto, que as respectivas Empresas adotem as mudanças necessárias, garantindo assim sua

continuidade e permanência no mercado competitivo.

A concorrência está cada vez mais acirrada, esta pesquisa vem mostrando que os grandes líderes devem apostar cada vez mais nos seus liderados, preocupando-se sempre com o bem estar dos mesmos, pois deles depende o alcance das metas e objetivos e conseqüentemente a satisfação plena da clientela pelos produtos e serviços prestados. A partir do momento que se conquista espaço no mercado, uma empresa não pode se descuidar da concorrência, sob pena de ser ultrapassada pelas demais.

Fazendo a comparação dos dados obtidos desse cruzamento podemos dizer que nas três Empresas a maioria dos funcionários estão satisfeitos e consideram bom o relacionamento entre as equipes, sendo que no A. F. a satisfação é plena, equivale a 100% (n=21) dos funcionários. Na Empresa C. V. a falta de trabalho leva a insatisfação de boa parte dos funcionários equivale a 56,9% (n=4) dos entrevistados, já nas Empresas P. S. J. e A. F. coincidentemente os participantes da organização preferiram não opinar, não podemos afirmar se por medo de perder o emprego ou por estarem totalmente satisfeitos com a Empresa em que atuam.

Contudo, perguntando aos funcionários sobre de que maneira eles analisam o relacionamento líder e equipe, e como os mesmos contribuem para isso se tornar viável.

O F(1) da empresa A. F., diz:

[...] “Que é necessário para que possa cada vez crescer e para que os funcionários sintam-se cada vez mais satisfeitos com seu trabalho” [...].

Seguindo a mesma linha de raciocínio, o F(2) da empresa C. V., diz:

[...] “Que é fundamental para o desenvolvimento de qualquer organização” [...].

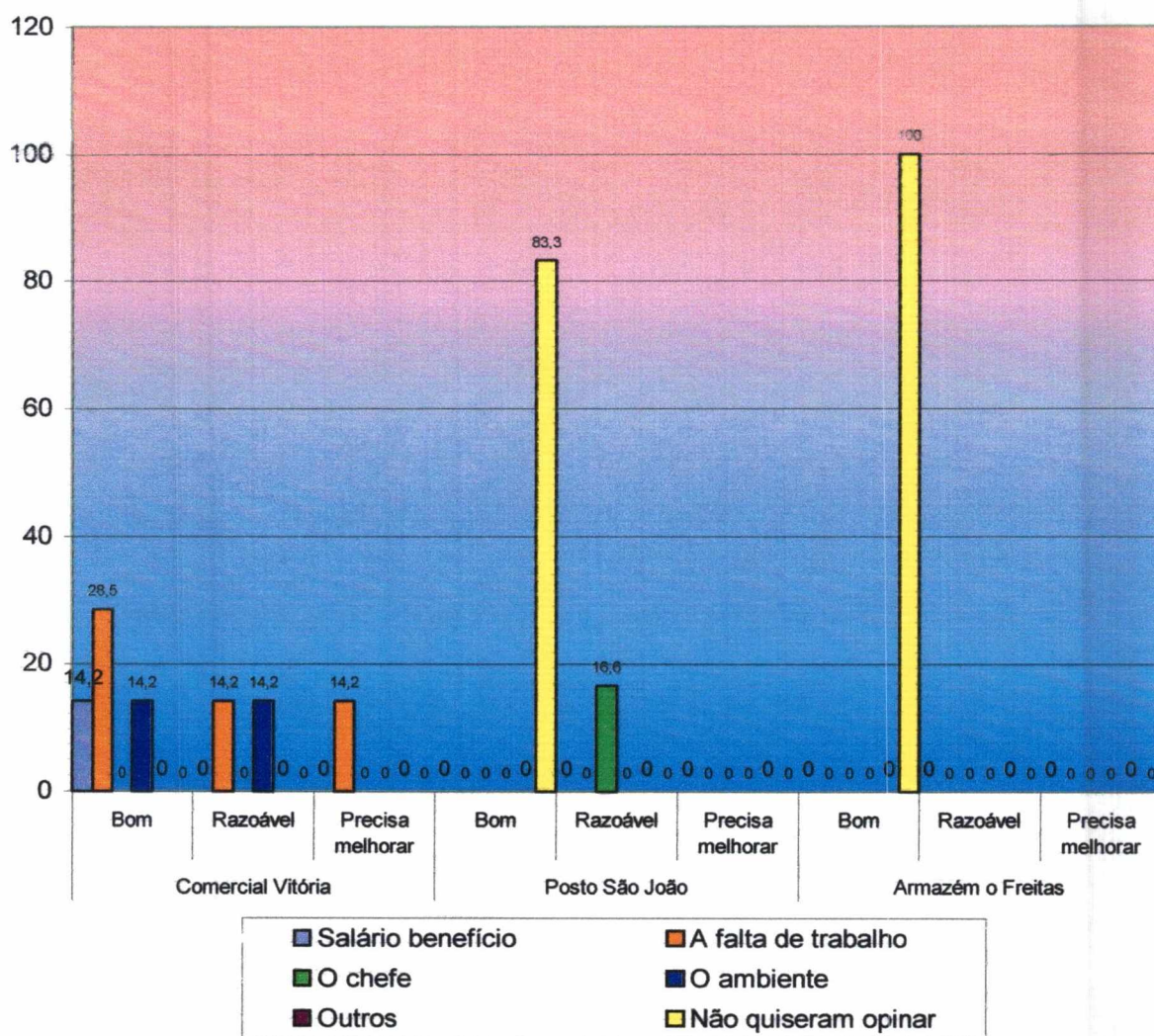
Já o F(3) da empresa C. V., diz:

[...] “Que seu maior interesse é deixar o empregado à vontade para atender o cliente” [...].

Com o estudo realizado nas Empresas investigadas concluímos que os percentuais encontrados são satisfatórios com respeito ao desenvolvimento e crescimento da Empresa,

levando em consideração o bom relacionamento entre as equipes de trabalho e o baixo índice de insatisfação na Empresa por parte dos funcionários, porém observamos também que deve ser feito um trabalho em cima dos percentuais que consideramos negativos em relação aos itens citados acima, em razão da busca contínua da conquista da clientela os líderes deverão preencher amplamente os espaços vazios, ou seja, corrigir as falhas existentes para que todos os funcionários trabalhem em conjunto na busca do objetivo maior da Empresa, que é permanecer no mercado, procurando sempre a fidelização da clientela.

Gráfico 4.2.1. Diagnóstico do relacionamento das equipes com os fatores de insatisfação



Ao cruzarmos as variáveis, obtivemos os seguintes resultados: aqueles que

optaram pelo alto grau de motivação dividem-se as opiniões enquanto a isso, 28,5% (n=2) disseram ter um filho, o mesmo número afirma terem três filhos, já 14,2% (n=1) diz ter quatro filhos, para 28,5% (n=2) o que disseram que não tem filhos e reconhecem que precisam de estímulos a mais, pois o grau de motivação que há na empresa é médio.

Na Empresa P. S. J. verificamos que 16,6% (n=1) indicou ter um filho e assegura estar cumprindo sua função com um alto índice de motivação, 16,6% (n=1) afirma ter três e garante que tem disposição suficiente para o trabalho, pois sua motivação é bastante elevada, no entanto a maioria 66,6% (n=4) afirmaram pela alternativa nenhum, relatando ainda que não se sente totalmente motivados, visto que a motivação na empresa é considerada média.

No A. F. chegamos a conclusão que entre os funcionários que responderam ter um alto grau de motivação dentro da empresa, 14,2% (n=3) responderam ter dois filhos, 28,5% (n=6) opinaram pela alternativa dois filhos, 14,2% (n=3) dos entrevistados afirmam ter três filhos e para 4,7% (n=1) que tem quatro filhos reconhecendo ainda que a motivação é fator importantíssimo dentro das equipes de trabalho e que está realizado com relação a mesma, sendo que 38,0% (n=8) dizem não ter filhos e consideram o grau de motivação da empresa média.

Quando temos um motivo a mais para trabalhar, as ações realizadas sairão com mais perfeição. A tabela abaixo mostra que a maioria dos funcionários das empresas em estudo, possuem filhos, podemos concluir com isso que esses, no momento de concluir suas tarefas, tem como forma de motivação seus filhos, cabe as organizações nas quais eles atuam preservar e estimulá-los a continuarem contribuindo com a continuidade da empresa no mercado.

A motivação leva as pessoas a chegarem em qualquer lugar, com vontade e satisfeitas com o que estão fazendo, independente dos recursos que estão utilizando para chegarem aos objetivos desejados, com o único propósito de alcançar o sucesso, sem esquecerem do principal fator de desenvolvimento humano que é a motivação.

Tabela 4.2.2. Checagem da influência dos filhos no grau de motivação dos empregados

Qual o grau de motivação de sua empresa?	Quantos filhos você possui?									
	1		2		3		4		Nenhum	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.										
Alto	2	28,5	-	-	2	28,5	1	14,2	-	-
Médio	-	-	-	-	-	-	-	-	2	28,5
Baixo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	07					100				
Empresa P. S. J.										
Alto	-	-	1	16,6	1	16,6	-	-	-	-
Médio	-	-	-	-	-	-	-	-	4	66,6
Baixo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	06					100				
Empresa A. F.										
Alto	3	14,2	6	28,5	3	14,2	1	4,7	-	-
Médio	-	-	-	-	-	-	-	-	8	38
Baixo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	21					100				

Para garantir continuidade no mercado, as empresas devem procurar de todas as formas motivar os seus funcionários, começando pela vida pessoal, preocupando-se com a família, com os filhos dos participantes da organização, a partir deste cruzamento podemos analisar até que ponto os filhos podem influenciar no grau de motivação dos entrevistados e se de alguma forma eles os mesmos a desenvolver melhor suas habilidades, ajudando no sucesso da empresa e no crescimento profissional.

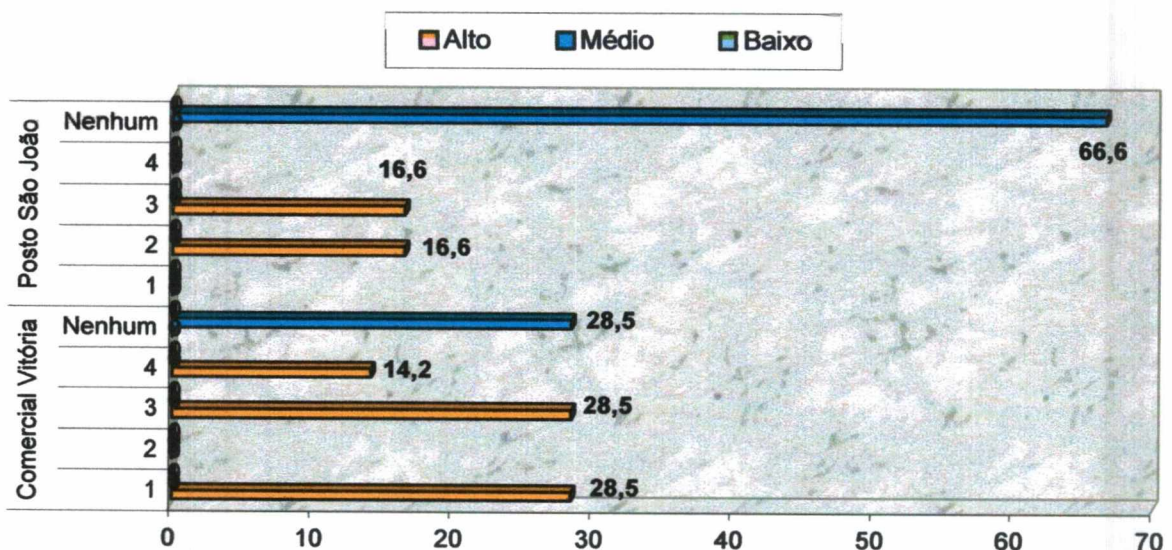
Ao fazermos a comparação dos dados obtidos nesse cruzamento podemos afirmar que três empresas aqueles funcionários que asseguram ter 1 ou até 4 filhos consideram o grau de motivação alto, na empresa C. V. o percentual é de 71,2% (n=5), já no P. S. J. Ltda equivale a 33,2% (n=2) dos questionados, e no A. F. a porcentagem é de 61,6% (n=16), coincidentemente as três empresas também compartilham da mesma opinião, quando os funcionários relatam que não possuem filhos e consideram o grau de motivação da

organização apenas médio, ou seja, precisam de algo que os deixem com mais vontade de alcançar as metas estabelecidas, na empresa C. V. o percentual é de 28,5% (n=5), no P. S. J. Ltda corresponde a 66,6% (n=4) dos questionados e no A. F. equivale a 38,0% (n=8).

Ao analisarmos pormenorizadamente as respostas dos funcionários entrevistados, chegamos à conclusão de que não apenas a promessa de recompensas materiais é suficiente para motivar os funcionários, às vezes, uma simples conversa e o acompanhamento diário por parte do líder eleva muito mais a auto-estima, refletindo no desempenho dos liderados.

Concluimos então que aqueles funcionários que possuem filhos, sentem-se mais motivados a realizar suas tarefas, visto que os filhos são dependentes e precisam deles, procuram colocar suas obrigações em dia, ficando seus serviços corretos e com qualidade, visando o sucesso da empresa, sua própria ascensão profissional, conseqüentemente buscarão aumento de salário e bonificações extras, fazendo com que melhore a vida de seus filhos e de sua família, reforçamos, ainda, que a empresa somente tem a ganhar, pois à medida que os funcionários são estimulados a continuar trabalhando, a excelência nos produtos e serviços será conquistada.

Gráfico 4.2.2. O porque da influência dos filhos na motivação dos funcionários



Ao cruzarmos as variáveis, observamos que: na Empresa C. V. 14,2% (n=1) dos funcionários exerce a mesma função de 1 a 2 anos e acredita que a Empresa deve buscar serviços de qualidade para melhorar a criatividade, já aqueles que acham que a conquista da clientela só se dá através da busca de serviços de qualidade, 14,2% (n=1) está na mesma função a menos de 1 ano, para mesma porcentagem que permanece exercendo a mesma função de 2 a 4 anos, sendo que 57,1% (n=4) indicaram mais de 4 anos no mesmo exercício.

Na Empresa P. S. J. analisou-se que os funcionários asseguram que só conseguem conquistar a clientela através da busca de serviços de qualidade, 50% (n=3) dizem que praticam a mesma função de 1 a 2 anos, já 33,3% (n=2) dos entrevistados vem desempenhando de 2 a 4 anos a mesma função, sendo que 16,6% (n=1) considera necessário a contínua busca de serviços de qualidade para a obtenção de reconhecimento.

Na Empresa A. F. examinou-se que a maioria dos funcionários que acreditam que a razão que deve ser considerada para busca permanente de serviços de qualidade é conquistar a satisfação da clientela, 38% (n=8) responderam que praticam de 2 a 4 anos a mesma função, o mesmo percentual confirmou estar mais de 4 anos na mesma prática, já 9,5% (n=2) acreditam que a busca pela aceitação do produto no mercado é a causa maior da procura incessante por serviços de qualidade e dizem estar no desempenho da mesma função de 2 a 4 anos, coincidentemente a mesma porcentagem opinou por obter conhecimento como sendo que 4,7% (n=1) diz que a qualidade nos serviços é para fazer valer o esforço e a menos de um ano estar na mesma função, isto pode tornar mais interessante essa atividade do ponto de vista do conhecimento e da familiaridade com que os participantes desempenham as funções, ficando claro que muitas vezes o simples fato de terem produtos e serviços oferecidos com qualidade, garante, por si só, o favorecimento da conquista de clientes e a manutenção dos que já foram conquistados ao longo de vários anos de dedicação, sempre visando o bem estar dos consumidores, internos e externos, facilitando o acesso aos produtos e serviços disponíveis no ambiente organizacional.

Tabela 4.2.3. Avaliação do tempo de exercício da mesma função na influencia na busca de qualidade

Para que a sua empresa motiva os funcionários a buscar serviços de qualidade?	Há quanto tempo você exerce a mesma função?							
	Menos de 1 ano		De 1 a 2 anos		De 2 a 4 anos		Mais de 4 anos	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.								
Para melhorar a criatividade	-	-	1	14,2	-	-	-	-
Conquistar a clientela	1	14,2	-	-	1	14,2	4	57,1
Buscar aceitação do produto	-	-	-	-	-	-	-	-
Obter reconhecimento	-	-	-	-	-	-	-	-
Fazer valer o esforço	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de funcionários	07				100			
Empresa P. S. J.								
Para melhorar a criatividade	-	-	-	-	-	-	-	-
Conquistar a clientela	-	-	3	50	2	33,3	-	-
Buscar aceitação do produto	-	-	-	-	-	-	-	-
Obter reconhecimento	-	-	-	-	1	16,6	-	-
Fazer valer o esforço	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de funcionários	06				100			
Empresa A. F.								
Para melhorar a criatividade	-	-	-	-	-	-	-	-
Conquistar a clientela	-	-	-	-	8	38,0	8	38,0
Buscar aceitação do produto	-	-	-	-	2	9,5	-	-
Obter reconhecimento	-	-	-	-	2	9,5	-	-
Fazer valer o esforço	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de funcionários	21				100			

Com base nesse cruzamento, pretende-se analisar se o tempo de exercício da mesma função por parte dos funcionários, influencia de alguma maneira na busca por serviços de qualidade e qual o fator principal dessa motivação dispensada pela empresa, não obstante, necessitamos ainda, verificar como os funcionários lidam com as atividades repetitivas e qual nível de influência na qualidade dos produtos e serviços ofertados. Esperamos que os empresários tomem as devidas providências no sentido de criar estratégias que possibilitem o rodízio das funções, fazendo com que os funcionários sintam-se estimulados a exercer determinada função e a atingir qualidade nos produtos e serviços prestados.

Comparando os dados obtidos nas empresas investigadas, pôde-se perceber que

nas empresas C. V. e A. F., a maioria dos funcionários exercem a mesma função durante mais de 4 anos, temos os percentuais de 57,1% (n=4) e 38,0% (n=8) das respectivas empresas, sendo que no P. S. J. Ltda 50% (n=3) dos entrevistados executam a função de 1 a 2 anos, haja vista que em relação ao porque da empresa motivar os funcionários a buscar serviços de qualidade, as três compartilham idéia, demonstrando que a conquista da clientela é a grande razão da busca contínua pela qualidade temos os percentuais de 85,5% (n=6), 83,3% (n=5) e 76% (n=16), nas respectivas empresas.

Todavia, perguntando aos funcionários sobre qual a relação entre o tempo de exercício da mesma função e a busca da qualidade nos produtos e/ou serviços.

O F(1) da empresa A. F., diz:

“Se a prática leva à perfeição, é mais fácil para alguém que já trabalhe ou que desenvolva há mais tempo um produto”[...].

Assemelhando-se, o F(2) da empresa C. V., diz:

[...] “Cada dia que passa me sinto mais envolvida com a empresa, o tempo passa e cada mais quero ver minha empresa crescendo.”

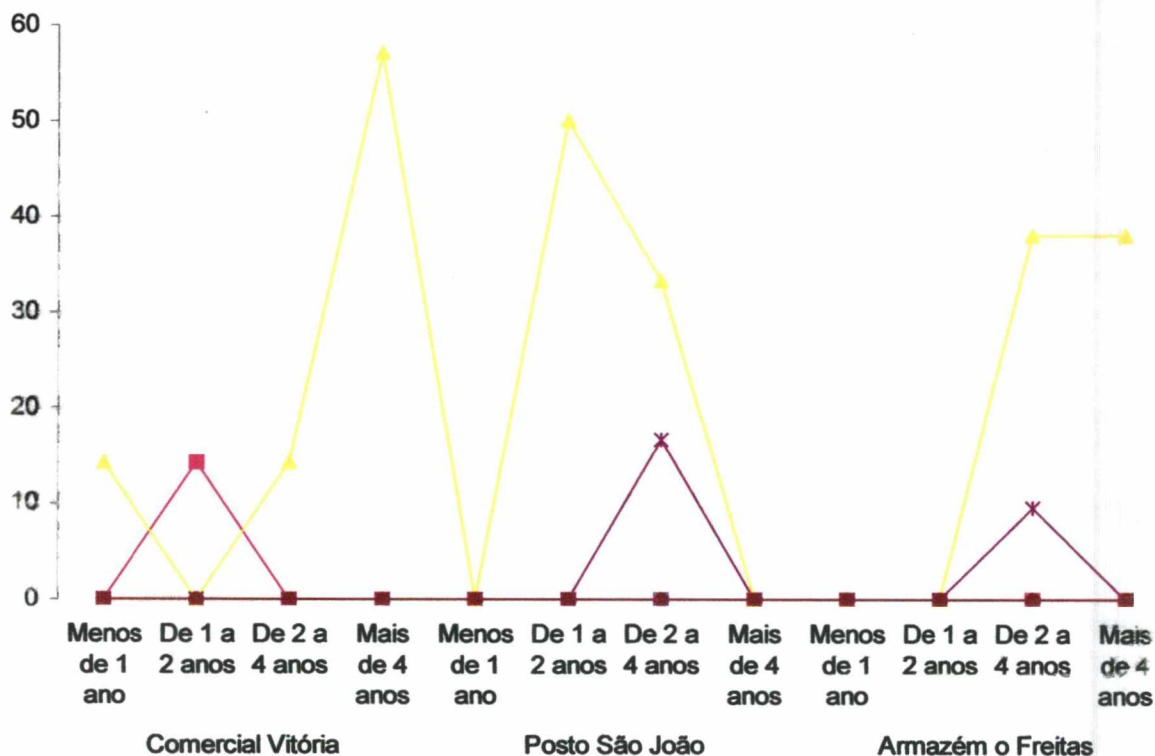
Harmonizando-se com as demais opiniões, o F(3) da empresa C. V. diz:

“Quem trabalha muito tempo fazendo a mesma coisa, sempre tem chance de mostrar como desenvolve seu trabalho”[...].

Concluimos que uma vez que as empresas estudadas são pequenas, a possibilidade dos funcionários exercerem por mais tempo a mesma função é maior, no entanto, observamos que nas empresas pesquisadas esse fator não influencia na busca por melhores serviços, visto que a conquista do cliente é ponto crucial para os participantes das respectivas empresas, e isso somente se faz possível, através da prestação de serviços e da oferta de produtos com qualidade superior. A função exercida por funcionários comprometidos com o desenvolvimento da organização faz com que seus diretores procurem está sempre dispostos a investir em inovações, no sentido de capacitar seu quadro funcional, fazendo o máximo para que seus colaboradores possam se sentir sempre motivados aumentando sua produtividade e elevando o grau de envolvimento dos demais funcionários, por esta razão é que concluimos

que a empresa que motiva seus empregados, mesmos os que exercem a mesma função durante muito tempo, somente estará produzindo bem estar entre todos os participantes, ganhando com isso, um estímulo a mais.

Gráfico 4.2.3. Diagnóstico do tempo de função com a busca de qualidade



Diante da pesquisa realizada, verificamos que os funcionários da Empresa C. V. avaliam os eventos realizados pela Empresa para motivá-los como sendo de razoável importância, 57,1% (n=4) disseram que o ambiente de trabalho deve ter alegria entre todos e 42,7% (n=3) afirmam que um ambiente harmonioso contribui para elevar a motivação dos participantes da organização e conseqüentemente para o alcance dos resultados.

Analisando os dados da Empresa P. S. J., observa-se que todos os funcionários asseguram que os eventos não são de grande importância, optaram pela opção razoável, sendo que 50% (n=3) deles acreditam que para que haja a satisfação na realização das tarefas, a

alegria entre todos é fundamental e 50% (n=3) reconhecem que o comprometimento por parte de todos é o caminho mais seguro pra levar a Empresa aos objetivos desejados.

Já na Empresa A. F. constatou-se que todos os funcionários estão satisfeitos com os eventos que são programados pela Empresa em benefícios deles, acham que a motivação eleva-se, por isso consideram esses tipos de eventos bom, dos entrevistados 47,6% (n=10) dizem que a alegria entre todos deixa o ambiente de trabalho mais compatível com a concretização dos resultados e 52,3% (n=11) apontaram a harmonia como fator essencial na conquista da satisfação.

Tabela 4.2.4. Checagem da satisfação pelos eventos oferecidos pelas empresas mediante a como deve ser o ambiente de trabalho

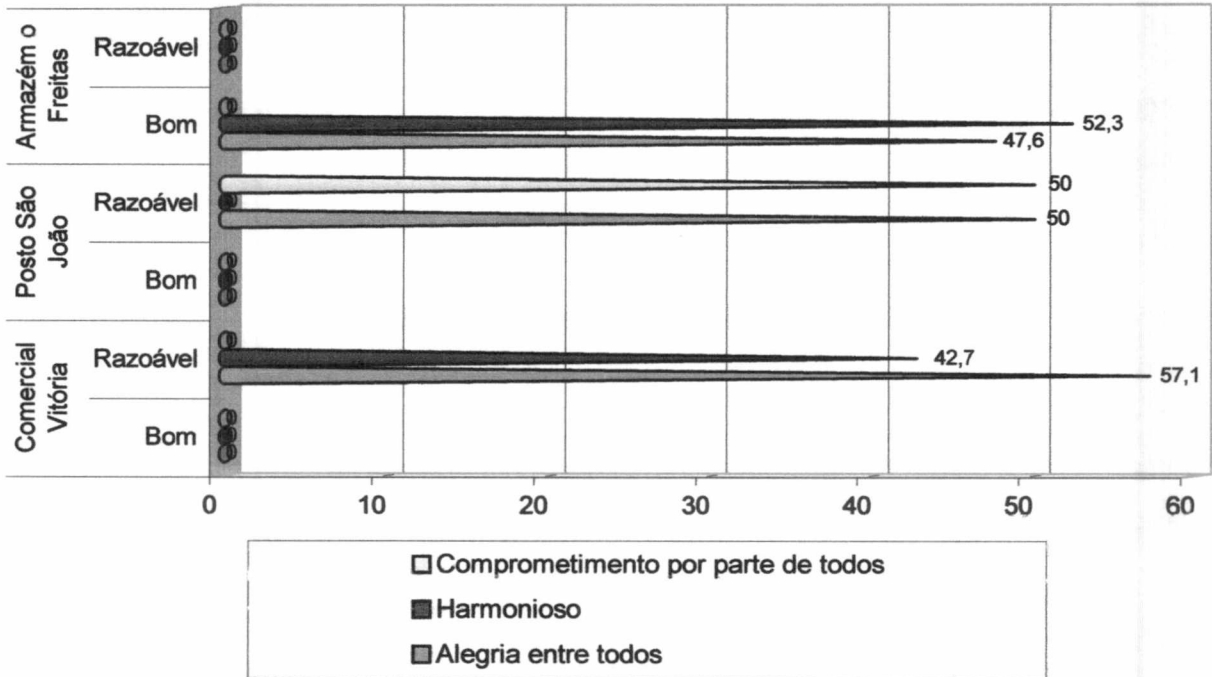
Como você acha que deveria ser o seu ambiente de trabalho?	Qual o seu grau de avaliação com relação a esses tipos de eventos?			
	Bom		Razoável	
	F	%	F	%
Empresa C. V.				
Alegria entre todos	-	-	4	57,1
Harmonioso	-	-	3	42,7
Comprometimento por parte de todos	-	-	-	-
Total de Funcionários	07		100	
Empresa P. S. J.				
Alegria entre todos	-	-	3	50
Harmonioso	-	-	-	-
Comprometimento por parte de todos	-	-	3	50
Total de Funcionários	06		100	
Empresa A. F.				
Alegria entre todos	10	47,6	-	-
Harmonioso	11	52,3	-	-
Comprometimento por parte de todos	-	-	-	-
Total de Funcionários	21		100	

Através desse cruzamento, objetiva-se analisar como os funcionários avaliam os eventos oferecidos pela empresa para motivá-los e se de alguma forma o ambiente de trabalho influencia no cumprimento das tarefas. Diante dos resultados esperamos que os empreendedores manifestem-se a favor dos mesmos, promovendo acontecimentos festivos com o intuito de estimulá-los e que propiciem um ambiente adequado para a realização das tarefas.

Traçados os parâmetros entre as empresas pesquisadas, podemos afirmar que as organizações C. V. e P. S. J. Ltda, estão de acordo quando optam por razoável no que respeita o grau de avaliação dos eventos realizados, disseram também que no ambiente de trabalho é necessário que haja alegria entre todos, C. V. com o percentual de 57,1% (n=4) já no P. S. J. Ltda corresponde a 50% (n=3), sendo que no A. F., todos entrevistados avaliam esses eventos com sendo bons e a maioria 52,3% (n=11) acreditam que o ambiente de trabalho deve ser harmonioso.

Por meio do estudo realizado nas empresas pesquisadas, percebemos que os eventos realizados para estimular os funcionários são de grande importância para a conquista de êxito, muito embora as estatísticas referentes às duas primeiras empresas, insistam em mostrar que esses eventos são considerados razoáveis, acreditamos que o ambiente de trabalho deve ser alicerçado na alegria e na harmonia entre todos, pois somente desta maneira essas organizações poderão satisfazer clientes e atingir a excelência nos produtos e serviços, através deste estudo podemos constatar também a existência de ambientes propícios ao bom desempenho das atividades por parte dos funcionários, bem como do interesse de todos no sentido de buscar melhores condições de trabalho e de atendimento à um público cada vez mais exigente. Ficando evidente que um ambiente de trabalho cujos participantes estão comprometidos em elevar o nível de aceitação dos seus serviços, fortalece ainda mais a relação existente entre colaboradores e clientes, pois, quanto mais o consumidor se sente à vontade para escolher as opções a ele oferecidas, mais facilmente retornará à esta empresa.

Gráfico 4.2.4. Amostragem da satisfação sobre os eventos com a avaliação do ambiente de trabalho



4.3. Verificação das diversas formas de planejamento existentes nas organizações

Realizando o cruzamento, constatou-se que daqueles que disseram que o administrador é quem elabora o planejamento, 71,4% (n=5) afirmam que a empresa possui uma estrutura eficiente e 28,5% (n=2) reconhecem que a estrutura organizacional precisa melhorar.

Na empresa P. S. J. aqueles que escolheram a alternativa gerente como sendo o mentor do planejamento na empresa, 66,6% (n=4) acham que a estrutura é eficiente e contribui para a conclusão das tarefas e 33,3% (n=2) consideram a estrutura organizacional participativa, visto que o envolvimento dos participantes somente assegura o crescimento da empresa no mercado.

Sendo que na empresa A. F., nota-se que dos entrevistados que ratificaram que o gerente é responsável pelo planejamento, 42,8% (n=9) sinalizaram a opção estrutura eficiente,

19,0% (n=4) confirmam que uma estrutura dinâmica leva aos participantes da mesma a trabalhar com mais motivação e 33,3% (n=7) defenderam a estrutura participativa como base para a concretização dos objetivos.

Tabela 4.3.1. A avaliação do ambiente organizacional diante do responsável pelo planejamento das empresas

Quem elabora o planejamento na sua empresa?	Como você avalia a estrutura organizacional de sua empresa?							
	Eficiente		Dinâmica		Participativo		Precisa melhorar	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.								
Gerente	-	-	-	-	-	-	-	-
Administrador	5	71,4	-	-	-	-	2	28,5
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	07				100			
Empresa P. S. J.								
Gerente	4	66,6	-	-	2	33,3	-	-
Administrador	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	06				100			
Empresa A. F.								
Gerente	9	42,8	4	19,0	7	33,3	-	-
Administrador	1	4,7	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	21				100			

O sucesso das empresas que atuam no mercado é baseado no planejamento, fator que influencia em todos os setores, e é considerado pelos empresários mais experientes, a principal ferramenta para a consecução de resultados.

Realizamos o cruzamento das variáveis relacionadas com a estrutura organizacional e quem elabora o planejamento na empresa, com o propósito de colher informações que nos levem a identificar a real situação da empresa, quanto a execução de planejamentos para priorizar o que for mais adequado. Uma vez retificados os problemas e as necessidades dentro da empresa, pode-se controlar ações que tornem impraticável qualquer

força negativa, afastando de vez os obstáculos e propiciando planos eficazes para manutenção dos seus ideais enquanto empresa.

Fazendo a comparação entre as empresas pesquisadas, vimos que no A. F. e no P. S. J. Ltda, os funcionários concordam que o gerente deve elaborar o planejamento e temos os percentuais de 100% (n=6) e 95,1% (n=20) respectivamente, discordando disso, os participantes da empresa C. V. com o índice de 100% (n=7) afirmam que o administrador é o executor do planejamento. Já quando se falam sobre a E. O. das empresas todos concordam que estão dentro de um padrão de eficiência com percentuais de 71,4% (n=5) 66,6% (n=4) e 42,8% (n=9) respectivamente. Nos mostrando assim que as empresas demonstram alto índice de eficiência conforme os dados que foram comprovados através da opinião dos seus funcionários. Essa capacidade de realizar se deve ao tipo de estrutura adotada pelos responsáveis pelas organizações.

Ao passo que, ouvimos as entrevistas feitas com os funcionários das empresas pesquisadas sobre quais as vantagens obtidas com a aplicação de planejamento.

O F(1) da empresa A. F., destaca:

“É através do planejamento que se consegue controlar todas as ações da empresa”[...].

Seguindo a mesma idéia, o F(2) da empresa C. V., enfatiza:

“O planejamento é base de qualquer empresa, Quando se planeja o que vai fazer, tudo dar certo”[...].

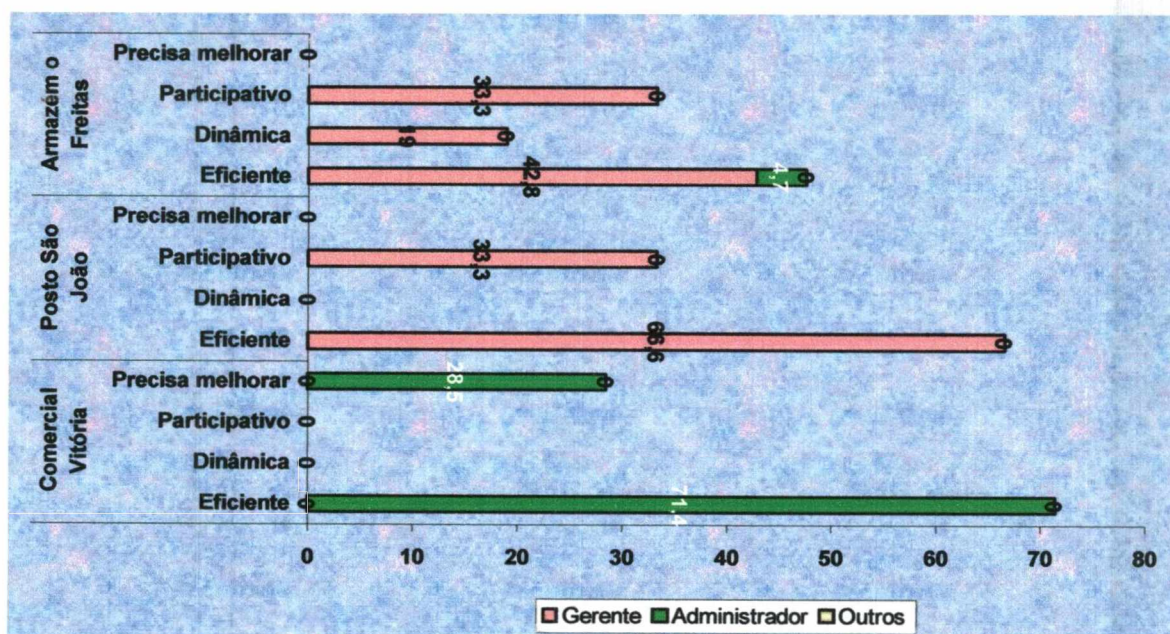
Convergindo com as opiniões acima, o F(3) da empresa C. V., assegura:

[...]”Controla tudo que acontece, da hora que recebe a mercadoria até o momento de vender”.

Concluimos que nas empresas estudadas o planejamento está sendo bem executado pelos gerentes e administradores das mesmas, e os índices acima mostram que a estrutura das organizações é considerada pela maioria dos entrevistados, como sendo eficiente e participativa nos mostrando que a qualidade no oferecimento dos produtos e a prestação dos serviços tornam-se cada dia melhor e com o comprometimento e a dedicação dos

funcionários, as empresas irão conseguir conquistar a satisfação do consumidor e a perpetuação no mercado. Pois para perpetuar-se no mercado, qualquer empresa precisa acompanhar as tendências para realizar ações que vão corresponder à realidade do comércio local. Para tanto, somente através de pesquisa detalhada é que conseguiremos tal feito, uma vez detectadas as tendências e com a estrutura organizacional oferecendo condições adequadas para a realização dos trabalhos, é mister que os administradores não pensarão duas vezes em elaborar planejamento estratégico objetivando a total manutenção do ambiente organizacional, nos padrões mais aceitáveis de qualidade para conquistar maior número de consumidores, observamos que nas empresas estudadas, tanto no planejamento feito por gerentes, quanto por administradores, sempre há absorção das idéias por parte de todos dentro da organização facilitando o relacionamento entre os participantes, mantendo uma excelente dinâmica estrutural e buscando levar privilégios para todos os clientes, ou seja, tanto aos internos quanto aos externos.

Gráfico 4.3.1. Resultado da avaliação do ambiente e quais os responsáveis pelo planejamento



Desenvolvido dos cruzamentos, concluímos que os entrevistados da empresa C. V. afirmam que o líder está comprometido com a mesma, e acrescentam ainda, que esse comprometimento é parte fundamental da motivação dos mesmos para a concretização dos objetivos traçados pela empresa, desses 100% (n=7) indicaram que o planejamento é feito com base nos dados externos.

A empresa P. S. J. os questionados confirmam que o líder está sempre motivado e elevando o alto estima dos grupos, além de comprometer-se inteiramente com sucesso da organização.

Já na empresa A. F. os funcionários que consideram que o líder é comprometido com o sucesso da empresa e com sua perpetuação no mercado, 52,3% (n=11) acreditam que os dados externos são de grande auxílio no momento do planejamento e para 47,6% (n=10) acham que através da convocação de todos as equipes que se dá à elaboração de um planejamento.

Uma empresa só se firma no mercado se praticar constantemente ações de planejamento, uma das ações principais é a do líder estar sempre estimulando os seus liderados a produzir e prestar serviços com qualidade superior. Os estímulos são formas de reconhecimento, que levam os funcionários a realizar cada vez mais suas funções de acordo com o que a empresa deseja, para tanto se faz necessária uma liderança atenta aos acontecimentos que ocorrem tanto no ambiente interno das organizações, como também aos percebidos em todos os setores do mercado. A principal consequência deste fato é que todos se beneficiam, o cliente externo fica satisfeito com o que lhe é oferecido, o cliente interno sente-se confortável e gratificado em ver no rosto do consumidor a alegria pelo produto e/ou serviço adquirido, desta forma, torna-se indispensável que haja reconhecimento e estímulo juntos aos colaboradores, para que estes possam se relacionar de forma marcante do ponto de vista do bom atendimento e da satisfação do consumidor, com relação à concorrência cada vez mais acirrada .

Tabela 4.3.2. Porque o líder motiva e elogia a equipe trazendo comprometimento com sucesso da empresa e o planejamento adotado

Como é feito o planejamento na sua Empresa?	O líder motiva e elogia sua equipe demonstrando comprometimento com o sucesso da Empresa?	
	Sim	
	F	%
Empresa C. V.		
Baseado em dados externos	7	100
Convocando todas as equipes	-	-
Outros	-	-
Total de Funcionários	07	100
Empresa P. S. J.		
Baseado em dados externos	6	100
Convocando todas as equipes	-	-
Outros	-	-
Total de Funcionários	06	100
Empresa A. F.		
Baseado em dados externos	11	52,3
Convocando todas as equipes	10	47,6
Outros	-	-
Total de Funcionários	21	100

Quando uma empresa trabalha com funcionários motivados, consegue chegar mais facilmente aos objetivos desejados. Evidentemente para chegarmos a essa motivação devemos considerar dois pontos fundamentais: A abertura por parte dos empresários quanto aos mecanismos de motivação e a aplicabilidade destes, de modo a atingir todos os participantes sem exceção. A pesquisa realizada nas empresas em estudo tem por finalidade estimular os empreendedores a elaborar planejamentos que reúnam alternativas para elevar o grau de motivação dos funcionários, incentivando-os a alcançar as metas estabelecidas.

Ao fazermos a comparação entre as empresas pesquisadas, constatamos que o C. V., o P. S. J. Ltda, e o A. F., compartilham da mesma opinião, quando afirmam que o líder sente-se totalmente comprometido com o sucesso da organização, já com relação ao planejamento, as respectivas empresas também têm o mesmo conceito, os funcionários dizem que o planejamento é feito através de dados externos e temos os percentuais de 100% (n=7), 100% (n=6) e 52,3% (n=11), sendo que no A. F. 47,6% (n=10) dos entrevistados disseram que o planejamento é feito através da convocação de todas as equipes.

Entretantes, ao questionarmos os funcionários a respeito do que você diria para um líder que não incentiva sua equipe de trabalho.

O F(1) da empresa A. F., diz:

“Que ele mude, que comece a procurar ajuda através de treinamentos e cursos”[...].

Ainda que, aparentemente discorde, o F(2) da empresa C. V., responde:

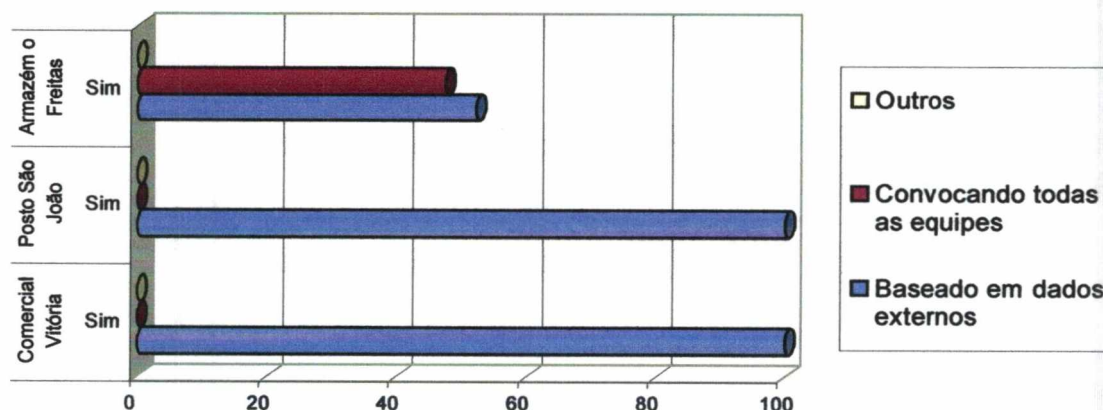
[...] “Incentivar as equipes de trabalho é o mesmo que manter a empresa competindo no mercado, pra mim, liderar é fazer dos funcionários amigos do trabalho”.

Em comum acordo com a opinião anterior, o F(3) da empresa C. V., diz:

[...] “É preciso incentivar os empregados, fazer eles se sentir parte da empresa”[...].

Concluimos que as diversas formas de planejamento utilizadas pelos líderes das empresas em estudo, vêm dando certo, pois os mesmos são comprometidos com o sucesso da empresa, motivam a equipe, e o mais importante, elogiam e reconhecem quando seus liderados alcançam as metas estabelecidas. Essa interação é muito significativa para o desenvolvimento dos setores produtivos e conseqüentemente para o crescimento e a permanência da empresa no mercado. Haja visto que os resultados acima indicam que um planejamento bem elaborado atinge de modo eficaz a todos os envolvidos na organização, possibilitando o desenvolvimento e flexibilidade em favor do sucesso empresarial.

Gráfico 4.3.2. Demonstrativo do sucesso e do comprometimento dos colaboradores das empresas e do seu planejamento



Avaliando este cruzamento verificamos que dos entrevistados da empresa C. V. que afirmam que é necessário conhecer as metas da equipe para conseguir o alcance das mesmas, e que isso só é possível através da interação entre todos, 42,8% (n=3) asseguram que o fator mais valorizado pela empresa é o desempenho para conseguir a concretização dos objetivos, e para 57,1% (n=4) que relatam que aqueles que usam a criatividade para ajudar no sucesso da organização, são mais valorizados e estimulados a continuar buscando oferecer produtos e serviços de qualidade, garantindo assim a perpetuação no mercado.

Na empresa P. S. J. observamos que entre aqueles questionados que reconhecem que a interação entre as equipes é fundamental para o atingimento das metas, 50% (n=3) acreditam que são valorizados pela forma com o desempenho de suas funções, e para o mesmo percentual que defendem a criatividade como fator mais observado pelo líder, quando se fala de recompensá-los de alguma forma.

Já no A. F. a exemplo das duas outras empresas, todos os funcionários responderam sim em relação ao atingimento das metas, quando há interação entre todos desses 52,3% (n=11) avaliam o desempenho como um único elemento que leva a valorização e reconhecimento por parte do líder, e para 42,6% (n=10) dos entrevistados que consideram a criatividade como sendo a ferramenta mais valorizada pela empresa, e acrescenta ainda que aqueles que são criativos podem levar qualquer organização ao topo, ou seja, ao sucesso total, e o mais importante é dar continuidade a esse processo que eleva a auto-estima fornecendo maiores condições de trabalho estimulando a criatividade, proporcionando satisfação e comodidade aos consumidores, que por sua vez, permanecerão fieis aos produtos e serviços oferecidos, divulgando às outras pessoas o que a organização tem de melhor, fazendo com que aumente ainda mais o número de clientes que farão parte do seleto rol de consumidores destas empresas que todos poderão constatar como sendo o que há de melhor em matéria criatividade, bom atendimento, atenção aos concorrentes, preocupação com o bem estar do cliente e sua fidelização.

Tabela 4.3.3. O porque da interação da equipe com respeito a viabilidade das metas e o conhecimento como fator de desenvolvimento da empresa

Ao estimular, desenvolver e valorizar seus conhecimentos, qual o fator é mais valorizado pela Empresa?	Conhecendo as metas de sua equipe por interação, o atingimento destas torna-se mais viável?	
	Sim	
	F	%
Empresa C. V.		
Desempenho	3	42,8
Criatividade	4	57,1
Outros	-	-
Total de Funcionários	07	100
Empresa P. S. J.		
Desempenho	3	50
Criatividade	3	50
Outros	-	-
Total de Funcionários	06	100
Empresa A. F.		
Desempenho	11	52,3
Criatividade	10	47,6
Outros	-	-
Total de Funcionários	07	100

Efetuamos o cruzamento das variáveis relacionadas com a interação entre equipes que gera o atingimento das metas e qual fator é mais valorizado pela empresa, com o objetivo de despertar nos funcionários das organizações investigadas, maior comprometimento destacando seus interesses para melhorar seu relacionamento e elevar sua auto-estima através de um planejamento que abranja todos os níveis do ambiente organizacional. Uma vez implantado o planejamento das organizações identificando os interesses em prol do sucesso de todos, acreditamos que haverá maior facilidade no trato das questões associadas ao processo de motivação e alto estima e, certamente, as empresas sentirão os reflexos deste planejamento, elevando ao máximo seus rendimentos e suas satisfações internas.

Quando fazemos a comparação entre os dados obtidos das empresas pesquisadas, podemos afirmar que o atingimento das metas só é possível através da interação entre as equipes, já em relação aos fatores mais valorizados pelas entidades, os funcionários do C. V.,

P. S. J. Ltda e A. F., asseguram que o desempenho e a criatividade são as variáveis responsáveis pela valorização, e temos os percentuais para o desempenho 42,8% (n=3), e para a criatividade 57,1% (n=4) na empresa C. V. com percentagem igualmente dividida para as duas variáveis, no P. S. J. Ltda, e finalmente, os índices do A. F. com relação ao desempenho 52,3% (n=11) e 47,6% (n=10) que correspondem à criatividade.

Não obstante, ao serem perguntados a respeito de quais são os incentivos oferecidos pela empresa para que os funcionários alcancem as metas estabelecidas.

O F(1) da empresa A. F., pensa da seguinte forma:

[...] “Que é preciso utensílios como telefone e computadores, entre outros e que esqueça do treinamento dos funcionários”[...].

Assemelhando-se com a opinião anterior, o F(2) da empresa C. V. diz:

[...] “Já trabalhamos com alguns aparelhos modernos, como por exemplo, a máquina registradora, as conversas são constantes e o mais importante, buscamos sempre o bem dos consumidores”.

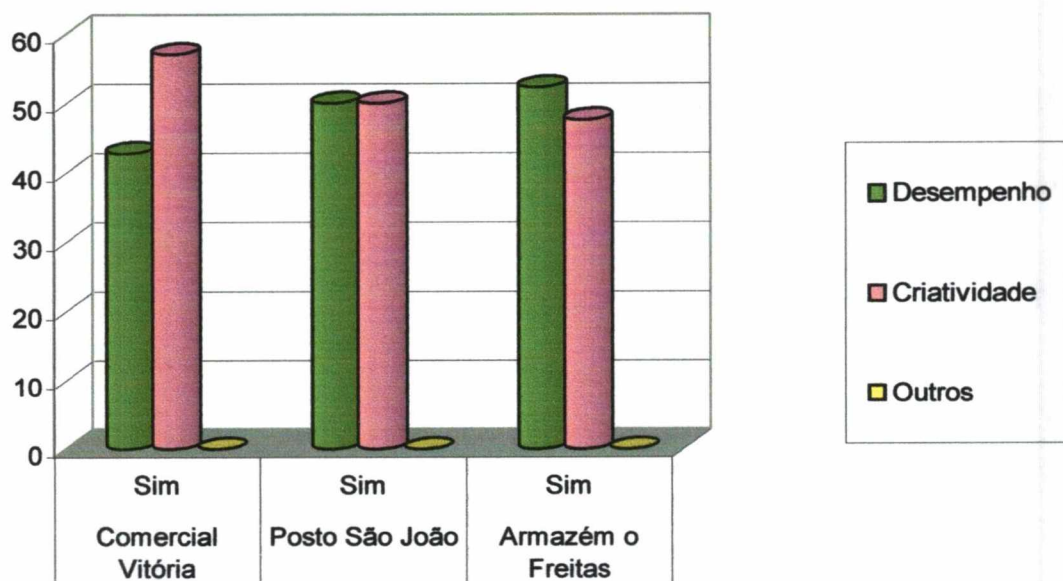
Compartilhando com a mesma idéia, o F(3) da empresa A. F., diz:

[...] “Comprar uma máquina moderna, um fax modelo novo, faço treinamento e dou apoio a eles”.

Chegamos à conclusão que o sucesso das empresas que desejam manter-se sendo consideradas modelo de qualidade, dependem da interação entre as equipes, que tem como consequência o alcance das metas por conhecerem suas diretrizes. O líder que valorizar o desempenho, a criatividade dos seus liderados, estimulando-os ainda mais na busca da excelência dos produtos e serviços oferecidos, contribuirá de forma decisiva para o completo equilíbrio das suas ações, posicionando a empresa em níveis confortáveis, porém sempre atentando para possíveis alterações comportamentais. As pessoas nem sempre estão preparadas para mudanças ocasionadas de modo repentino, é necessário que haja muita coerência na maneira de desenvolver e estimular o conhecimento, por isso, temos como concluir também, que é fundamental despertar nos funcionários das empresas investigadas maior comprometimento e valorizar seus interesses, para melhorar seu relacionamento e

e elevar sua auto-estima viabilizando o alcance das metas, que serão mais rapidamente atingidas exatamente pelo fato de todos estarem interagindo e sabendo ao certo o que querem conseguir. Vimos, ainda, através dos dados registrados, que motivado, o participante busca a cada dia o seu reconhecimento profissional.

Gráfico 4.3.3. Amostra da viabilidade das metas através da interação da equipe e o conhecimento valorizado pela empresa



Através do cruzamento alcançamos os seguintes resultados: Os clientes da empresa C. V. que afirmam que recebem informações sobre os produtos antes de utilizá-los, 30% (n=30) asseguram que a qualidade é fator primordial no momento da escolha do mesmo, para 15% (n=15) que acreditam que o produto tem que ser aceito pelo mercado, o mesmo percentual escolhem o produto pelos preços, já os clientes que disseram que somente às vezes obtêm informações do produto antes de utilizá-los, 20% (n=20) levam em consideração a qualidade; 10% (n=10) costumam optar pelos preços e o mesmo índice não utilizam nenhum critério na hora da escolha dos produtos.

No P. S. J. os clientes que ratificam que só adquirem os produtos após receberem

informações sobre os mesmos; 60% (n=60) apontam a qualidade como única razão para consumir o produto, já 25% (n=25) confirmam que os tipos de serviços e produtos oferecidos pela organização contam muito no momento da escolha e para 15% (n=15) que escolhem os produtos pelos preços, devido ao baixo poder aquisitivo.

Já no A. F. os consumidores deixam claro que tomam conhecimentos dos produtos antes de utilizarem; 50% (n=50) procuram antes de tudo a qualidade nos produtos e serviços prestados, já 20% (n=20) explicitaram que quando há aceitação do produto no mercado, significa que está pronto para o consumo; a mesma porcentagem tem como base os preços, pois asseguram que existem produtos bons com baixos preços e para 10% (n=10) que levam em conta as diversidades de serviços e produtos ofertados.

Tabela 4.3.4. Como as informações sobre qualidade dos produtos e serviços utilizados influenciam na escolha dos mesmos

Quais os aspectos que você costumar usar no momento da escolha do produto?	Você procura obter informações sobre a qualidade dos produtos e serviços antes de utilizá-los?					
	Sim		Não		Às vezes	
	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.						
Qualidade	30	30	-	-	20	20
Aceitação do mercado	-	-	-	-	-	-
Tipos de serviços e produtos	15	15	-	-	-	-
Preços	15	15	-	-	10	10
Não utiliza nenhum critério	-	-	-	-	10	10
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100			100%		
Empresa P. S. J.						
Qualidade	60	60	-	-	-	-
Aceitação do mercado	-	-	-	-	-	-
Tipos de serviços e produtos	25	25	-	-	-	-
Preços	15	15	-	-	-	-
Não utiliza nenhum critério	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100			100%		
Empresa A. F.						
Qualidade	50	50	-	-	-	-
Aceitação do mercado	20	20	-	-	-	-
Tipos de serviços e produtos	10	10	-	-	-	-
Preços	20	20	-	-	-	-
Não utiliza nenhum critério	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100			100		

Atualmente a diversidade de produtos e serviços oferecidos pelo mercado, possibilita ao consumidor escolher aqueles que lhe foi mais conveniente, é claro que os mesmos costumam utilizar aspectos para essa escolha, e para isso é necessário que as organizações deixa-os informados dos novos produtos lançados.

As confrontações realizadas entre os clientes das empresas em estudo no que se refere a prestação de informações sobre os novos produtos e os aspectos que costumam usar no momento da seleção dos produtos, têm por objetivo fazer um levantamento das diversas formas usadas pelo consumidor na escolha do produto, pois cada um tem maneiras diferentes de escolher e que tipos de informações sobre os produtos e serviços precisam ser passadas para que os mesmos possam adquiri-los. Através desses resultados, os empresários poderão trabalhar em cima das principais necessidades dos consumidores, procurando ter sempre o que os mesmos procuram, satisfazendo-os e conquistando maiores fatias de mercado.

As três empresas são unânimes em afirmar que procuram obter informações sobre a qualidade dos produtos e serviços de 60% (n=60) na empresa, 100% (n=100) na segunda empresa e o mesmo índice para a terceira empresa. A primeira e a terceira empresas possuem percentuais coincidentes de 50% no que diz respeito se refere a qualidade, que é um dos aspectos usados no momento da escolha. Já a segunda empresa o percentual é de 60% (n=60) também para a qualidade esse é o item mais observado no momento da seleção do produto.

Entretanto, quando perguntados sobre quais outros aspectos além da qualidade são observados pelo consumidor no momento de adquirir os produtos e/ou serviços.

O F(1) da empresa A. F., diz:

[...] “Itens como embalagem, validade e também a qualidade do produto, são observados”[...].

Diferenciando-se, o F(2) da empresa C. V., afirma:

“Acho que o atendimento é o carro-chefe, se há uma certa amizade entre clientes e funcionários, fica tudo bem”[...].

Fazendo um apanhado das opiniões acima, o F(3) da empresa C. V., completa

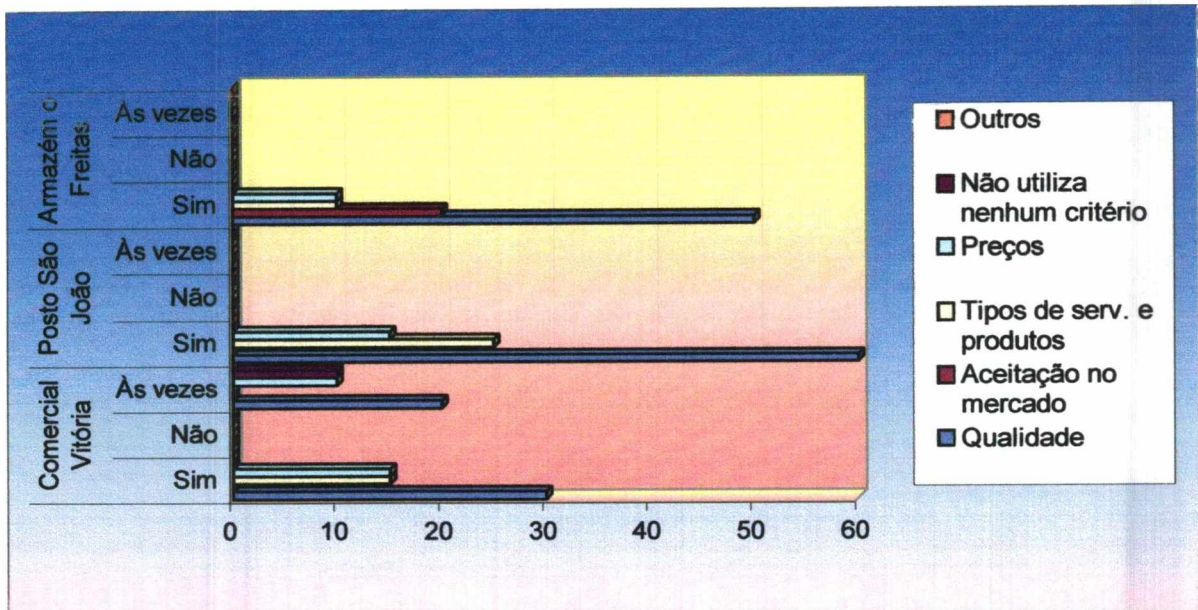
dizendo:

“Vejo aqui no dia-a-dia, as pessoas querendo sempre o melhor pelo menor preço, olham o prazo da validade, querem saber se tem entrega em casa”[...].

Chegamos a conclusão de que cada dia que passa os consumidores estão mais exigentes buscando consecutivamente serviços e produtos de qualidade, algumas ferramentas utilizadas no momento da escolha do produto, e que garantem a qualidade, são as informações contidas nos produtos que atualmente é uma condição para a aquisição dos mesmos. Concluímos também que somente através da busca incessante da excelência na qualidade, é que conseguiremos atingir com plenitude a satisfação dos clientes. Ressaltamos ainda, que ao procurar obter informações no momento da compra, sobre a qualidade dos produtos e serviços, são utilizados alguns critérios por parte do consumidor para a escolha dos mesmos. Uma vez efetivada a escolha, o cliente absorve sem problemas os produtos selecionados, e a empresa poderá comemorar a conquista de fatia considerada da concorrência, é fato, que estando bem informado sobre as condições dos produtos, o cliente fará a escolha certa e jamais comprometerá o nome de nenhuma empresa que se mostre transparente na prestação de informação sobre os produtos, ao contrário, tornar-se-á um aliado a mais auxiliando as empresas a competirem no mercado, ultrapassando com qualidade superior, as empresas concorrentes obrigando-as a procurar soluções que definam de que maneira as acompanharão, proporcionando uma contínua luta para a consecução de parte considerável do mercado.

Não podemos de deixar de enfatizar os programas de qualidade, que devem ser utilizados pelas empresas que desejam manterem-se no mercado, por saberem que a qualidade hoje é uma questão de sobrevivência. As grandes organizações já trabalham com programas de qualidade voltada para os diversos setores na busca do equilíbrio e superação dos concorrentes. Todo o programa é voltado pra a satisfação do consumidor e por isso necessita de um acompanhamento continuo visando mensurar o nível da qualidade, qualidade essa que sempre irá deixar ambas as partes satisfeitas. Garantia de retorno.

Gráfico 4.3.4. Resultado da influencia na qualidade dos produtos e serviços



Através desse cruzamento constatou-se que os clientes da empresa C. V. que estão conscientes da importância dos recursos tecnológicos no momento da aquisição dos produtos e na prestação de serviços, 10% (n=10) garantem que em qualquer situação são informados dos lançamentos de produtos, os mesmos índices procura informações por conta própria, alegando que não há uma preocupação por conta da firma, e para 50% (n=50) que asseguram que no momento da compra são informados das novidades e motivados a adquiri-las, sendo que os clientes que não dão importância aos recursos tecnológicos, 12% (n=12) confirmam que a instituição não presta nenhuma informação dos novos acontecimentos. Já alguns consumidores dizem que às vezes a tecnologia pode auxiliar e facilitar na aquisição dos produtos; 5% (n=5) disseram que em qualquer situação são comunicados e convidados a comprar esses produtos, o mesmo percentual procuram informações por conta própria e para 8% (n=8) que afirmam que a firma não tem nenhuma consideração enquanto a isso.

A clientela do P. S. J. reconhecem a grande utilidade os recursos tecnológicos para o alcance da excelência nos serviços e produtos oferecidos, 70% (n=70) tomam conhecimento

da chegada de novos produtos em qualquer situação, já 10% (n=10) ficam sabendo das novidades no momento da compra e para 20% (n=20) que costumam obter essas informações por conta própria, visitam a empresa, conversam com os amigos.

Já no A. F. 80% (n=80) dos clientes são informados dos novos produtos e serviços em qualquer situação, através de amigos, propagandas, e para 20% (n=20) que são comunicados no ato da compra e relatam ainda que se essas informações forem transparentes e objetivas sentem-se mais estimulados a adquirir os produtos, pois, tendo noção da procedência, do transporte, da data de validade dos produtos, enfim, de todas as informações possíveis, terá muito mais confiança na aquisição destes produtos, facilitando não apenas o consumo, como também o acesso às instalações e aos espaços disponíveis dentro das organizações, incentivando as vendas e proporcionando sempre o retorno dos clientes, que automaticamente, farão o marketing de boca à boca.

Tabela 4.3.5. Verificação da utilização de recursos tecnológicos como facilitador na obtenção de novos produtos e serviços

Em relação a novos produtos e serviços, a empresa presta alguma informação a você?	A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento da aquisição de produtos e serviços?					
	Sim		Não		Às vezes	
	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.						
Em qualquer situação	10	10	-	-	-	-
No momento da compra	50	50	-	-	5	5
Não presta nenhuma informação	-	-	12	12	8	8
Procura informação por conta própria	10	10	-	-	5	5
Total de clientes	100		100%			
Empresa P. S. J.						
Em qualquer situação	70	70	-	-	-	-
No momento da compra	10	10	-	-	-	-
Não presta nenhuma informação	-	-	-	-	-	-
Procura informação por conta própria	20	20	-	-	-	-
Total de clientes	100		100%			
Empresa A. F.						
Em qualquer situação	80	80	-	-	-	-
No momento da compra	20	20	-	-	-	-
Não presta nenhuma informação	-	-	-	-	-	-
Procura informação por conta própria	-	-	-	-	-	-
Total de clientes	100		100%			

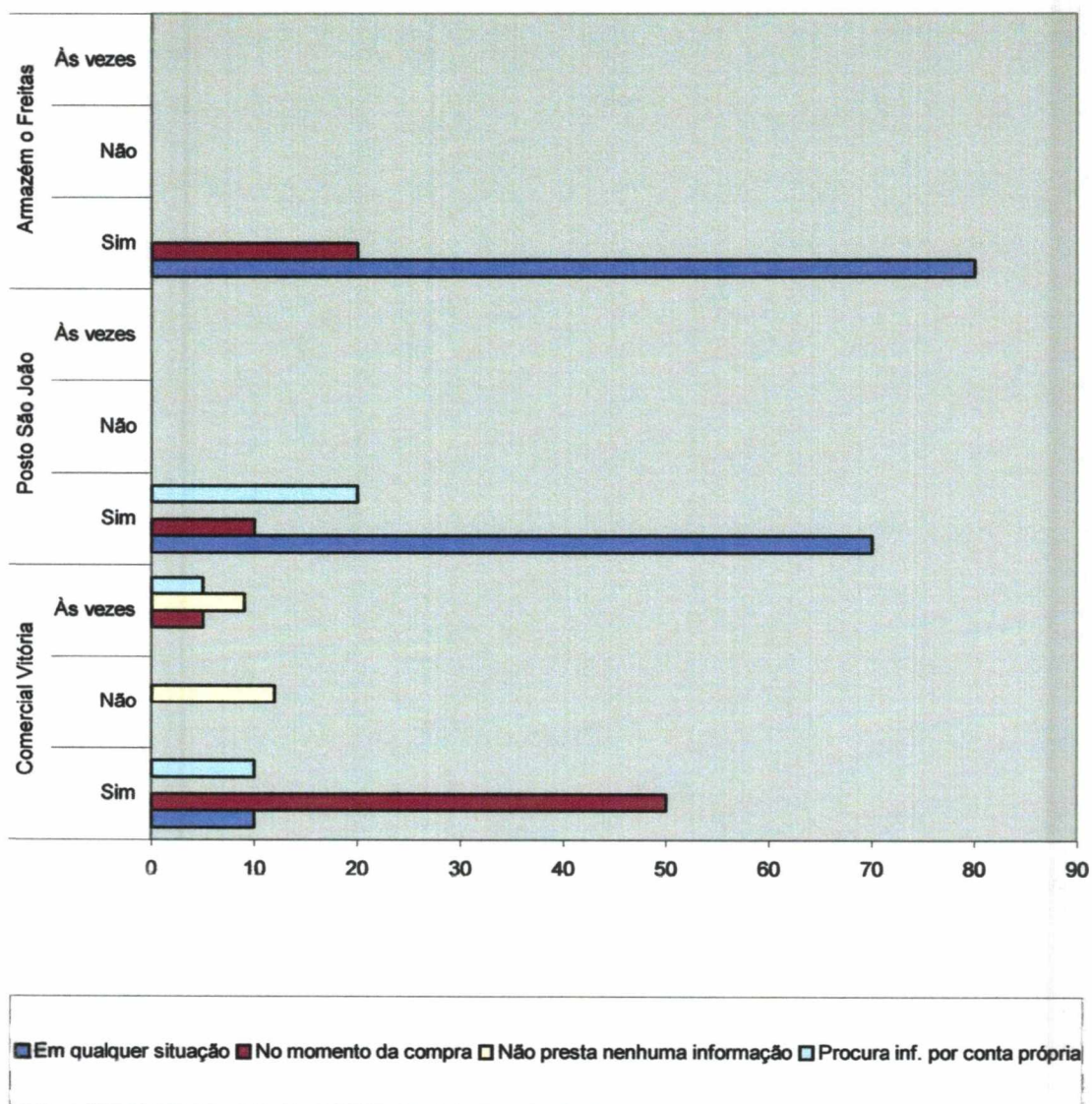
A pesquisa realizada entre os clientes das empresas em estudo, a respeito da importância da utilização dos recursos tecnológicos e a prestação de informações quando há lançamentos de novos produtos, tem por objetivo identificar até que ponto a tecnologia influencia na qualidade dos produtos e serviços, qual a opinião dos consumidores, enquanto a isso e qual o grau de preocupação das organizações em informar aos consumidores os novos produtos e serviços lançados no mercado.

Comparando os dados coletados, observamos que 100% (n=100) dos clientes do P. S. J. e A. F. concordam que a utilização de recursos tecnológicos é indispensável no atendimento e na qualidade dos produtos, os clientes das respectivas organizações também compartilham da mesma idéia quando afirmam que são informados dos novos produtos lançados em qualquer situação, com os percentuais de 70% (n=70) na primeira e 80% (n=80) na segunda, respectivamente. Já no C. V. a maioria dos clientes 70% (n=70) confirmam as opiniões acima, sobre os benefícios trazidos pela tecnologia, porém discordam dizendo que no ato da compra tomam conhecimento dos novos produtos, com o índice de 55% (n=5).

Atualmente, no mundo em que vivemos onde as informações são passadas com uma rapidez surpreendente, com tudo isso, ainda existem pessoas que confirmam que a utilização de recursos tecnológicos não facilita a aquisição de produtos e serviços, no C. V. 12% (n=10) dos clientes pensam dessa forma.

Percebemos com essa pesquisa que acompanhar a evolução tecnológica é indispensável para qualquer empresa que queira manter-se no mercado competitivo, a utilização de recursos tecnológicos agiliza o atendimento e melhorar a qualidade dos produtos, prova disso é a conquista de uma maior fatia de mercado, os consumidores reconhecem a importância da utilização e tais ferramentas, observamos também que as organizações estudadas precisam ser mais atenciosas sobre os novos produtos e serviços que são utilizados pelos consumidores, agindo com mais atenção e objetividade a satisfação dos clientes serão alcançadas e conseqüentemente a fidelização dos mesmos.

Gráfico 4.3.5. Amostra do resultado da utilização de recursos tecnológicos para aquisição de novos produtos e serviços através de informações



Analisando o universo consumidor das empresas em estudo sob o aspecto como você avalia o atendimento com a utilização de novas tecnologias a qual o perfil do atendente certificou-se que na empresa C. V. para os consumidores que avaliaram o atendimento satisfatório observou-se que 15% (n=15) afirmaram que o poder de decisão é fator imprescindível para atendimento com qualidade; 10% (n=10) declararam que um atendente

deve ser atencioso para se enquadrar nas exigências do consumidor; 10% (n=10) sinalizaram o item bem informado com um dos pré-requisitos para este cargo; 5% (n=5) assinaram o item simpático com fator determinante para atingir a excelência no atendimento; 15% (n=15) optaram pelo item bem humorado com fator determinante para sobressair-se entre os concorrentes no que se refere ao atendimento; os mesmos números e percentuais identificou-se para o item qualificação. Para aqueles que declararam que o atendimento é complicado verificou-se 5% (n=5) confirmaram o item atencioso, coincidentemente os percentuais igualam-se para os itens bem informado, simpático e bem humorado. Quanto os que declararam que o atendimento apesar de utilização de novas tecnologias, precisa melhorar identificou-se; 5% (n=5) opinaram que a atenção é um fator primordial para conseguir resultados satisfatórios no atendimento semelhantemente os mesmos números e percentuais para o quesito bem humorado.

No P. S. J. para aqueles que declararam satisfação, quanto ao atendimento observou-se 40% (n=4) enfatizaram o item poder de decisão com item principal, que o atendente deve possuir, 20% (n=20) admitiram que o atendente deve ser atencioso, assim sendo alcançará o sucesso; 15% (n=15) indicaram a qualificação com chave para o sucesso no atendimento de qualidade. Para aqueles que afirmaram a excelência no atendimento observou-se 10% (n=1) afirmaram que deter poder de decisão é importante fator para o atendente conquistar o cliente; 5% (n=5) declaram que um dos itens imprescindíveis para o sucesso do atendimento é atenção que o empregá-lo que exercer este função deve dispensar ao cliente os mesmos índices, igualam-se para os quesitos bem informados e qualificação.

No A. F. sob o aspecto como você avalia o atendimento as respostas e concentraram-se na opção satisfatório; quanto ao perfil declamou-se 80% (n=80) enfatizaram que deter poder de decisão é fator preponderante para a excelência; 15% (n=15) sinalizaram a opção atencioso com item indispensável à pessoa que lido direto com o público; 5% (n=5) apostaram nos verdadeiros talentos das pessoas aprimorados com a qualificação.

Tabela 4.3.6. Como a utilização de recursos tecnológicos altera o perfil do atendente

Qual o perfil de um atendente?	Como você avalia o atendimento com a utilização de novas tecnologias?							
	Satisfatório		Complicado		Excelente		Precisa melhorar	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.								
Que tenha poder de decisão	15	15	-	-	-	-	-	-
Atencioso	10	10	5	5	-	-	5	5
Bem informado	10	10	5	5	-	-	-	-
Simpático	5	5	5	5	-	-	-	-
Bem humorado	15	15	5	5	-	-	5	5
Qualificação	15	15	-	-	-	-	-	-
Outros	100				100%			
Empresa P. S. J.								
Que tenha poder de decisão	40	40	-	-	10	10	-	-
Atencioso	20	20	-	-	5	5	-	-
Bem informado	-	-	-	-	5	5	-	-
Simpático	-	-	-	-	-	-	-	-
Bem humorado	-	-	-	-	-	-	-	-
Qualificação	15	15	-	-	5	5	-	-
Outros	100				100%			
Empresa A. F.								
Que tenha poder de decisão	80	80	-	-	-	-	-	-
Atencioso	15	15	-	-	-	-	-	-
Bem informado	-	-	-	-	-	-	-	-
Simpático	-	-	-	-	-	-	-	-
Bem humorado	-	-	-	-	-	-	-	-
Qualificação	5	5	-	-	-	-	-	-
Outros	100				100%			

A primeira impressão é a que fica. A linha de frente é o carro-chefe das organizações.

Atualmente os funcionários têm a oportunidade de participarem de constantes treinamentos, em busca da perfeição, com auxílio da tecnologia o atendimento está cada vez mais eficiente e eficaz, superando assim as expectativas do consumidor.

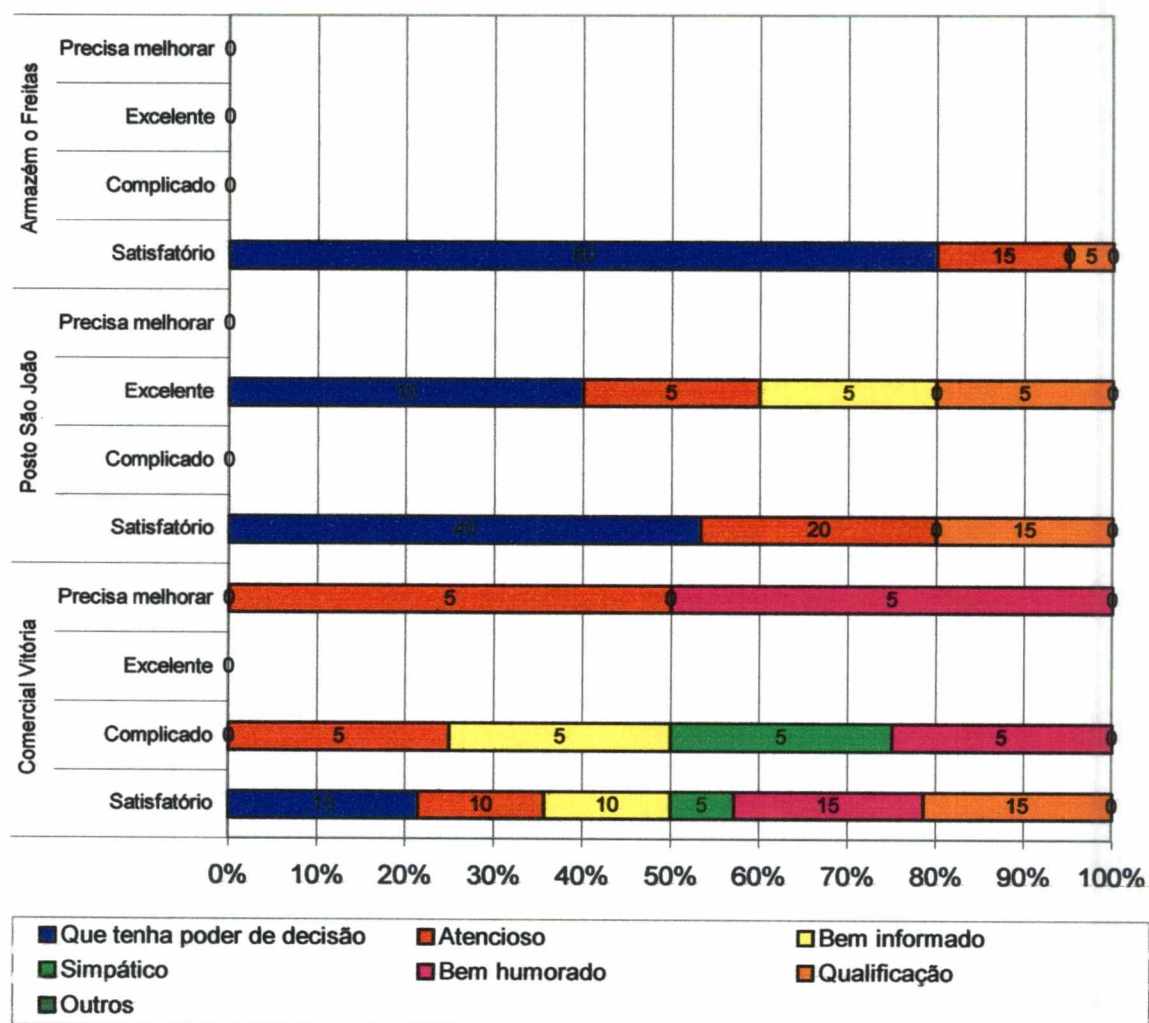
Observando os resultados da tabulação entre as variáveis como você avalia o atendimento com a utilização de novas tecnologias e qual o perfil de um atendente, objetiva analisar se as empresas em estudo possuem atendentes que satisfaçam seus clientes e se utilizam equipamentos tecnológicos adequados para atender os padrões de qualidade. A tecnologia é fundamental no andamento dos processos das empresas, onde precisará de atendentes que prestem informações claras e objetivas e que tenha total atenção com os consumidores.

Fazendo a comparação dos dados obtidos das empresas em estudo podemos afirmar que o atendimento com a utilização de novas tecnologias estão satisfazendo seus consumidores, no C. V. com 70% (n=70) dos entrevistados; na firma P. S. J. com 75% (n=75) e na empresa A. F. com toda a sua totalidade, já a segunda e a terceira empresa acordam que o atendente tem que ter poder de decisão com 50% (n=50) e 80 (n=80) respectivamente, a primeira empresa discorda acreditando que os atendentes têm que estarem bem humorados 25% (n=25) das opiniões de seus clientes.

Observamos com essa análise que as empresas pesquisadas possuem atendentes com perfis diferentes, porém superaram as expectativas e ao mesmo tempo motivam os consumidores a retornarem a empresa; com relação à tecnologia, constatamos que sua utilização é fundamental e é considerada pelos consumidores como sendo fator primordial para a excelência na qualidade, além de trazer mais comodidade, agilidade e conforto para os mesmos, consequência de tudo isso é a plena satisfação daqueles que ajudam a organização a crescer, podemos considerar uma troca mútua, satisfação para um e crescimento para outros. Concluimos, baseados nos dados coletados, que a tecnologia pode muitas vezes tornar a vida do consumidor muito mais dinâmica, somando isto com o fato de que o usuário quer sempre

encontrar um tratamento agradável, certamente chegaremos ao resultado prático de que a tecnologia somente favorece o relacionamento do cliente com os participantes, vendedores, gerentes, administradores, pois se sabe que atualmente, as pessoas estão sempre querendo ganhar tempo, e procuram obter soluções imediatas para suas necessidades não medindo esforços para retribuir o bom serviço prestado, ou seja, pagam pela comodidade e pela segurança encontradas nos atendentes que são ao mesmo tempo, qualificados e atenciosos.

Gráfico 4.3.6. Demonstrativo da importância de utilizar recursos tecnológicos refletindo no perfil do atendente



Examinado o mercado consumidor das empresas analisadas com respeito à orientação de como se deve utilizar produtos ou serviços da empresa e o ambiente físico da empresa é verificou-se:

No C. V. para aqueles que afirmaram receber orientações quanto à utilização dos produtos observou-se 15% (n=15) declararam que a empresa em questão dispõe de um caloroso ambiente; 40% (n=40) enfatizaram que um ambiente agradável é cativante; para aqueles que optaram pelo item não, quanto às informações identificou-se 10% (n=10) sinalizaram a opção ambiente caloroso os mesmos números e índices percentuais disseminou-se pelos itens agradável e muito frio; quanto aqueles que declaram que às vezes recebem informações quanto a utilização dos produtos verificou-se 5% (n=5) disseram que ambiente caloroso é ideal para o sucesso junto a clientela; 10% (n=10) afirmaram sentir-se bem num ambiente agradável.

No P. S. J. quanto a receber informações e a utilização de produtos e serviços as respostas concentraram-se no sim com respeito ao ambiente identificou-se 10% (n=10) assinalaram a opção caloroso, um dos meios pelos quais se fideliza o cliente; 90% (n=90) enfatizaram a opção agradável.

No A. F. para os clientes que afirmaram receber orientação de como se utilizam os produtos e serviços, observou-se que 15% (n=15) opinaram que o ambiente da empresa deve ser caloroso; 95% (n=95) afirmaram que um ambiente agradável contribui para a permanência da empresa no mercado.

Quando o consumidor chega em um ambiente iluminado, com todos os produtos bem instalados, com todas as informações necessárias sobre a utilização e o prazo de validade, expostos, por exemplo, em locais de fácil visualização, evidentemente que haverá maior aceitação, pois, significa que há transparência no trato com os usuários, favorecendo ao máximo a permanência dos mesmos e a decisão final na hora de adquirir os produtos que por sua vez estarão bastante visíveis, obedecendo aos critérios exigidos pelo mercado.

Tabela 4.3.7. Verificação das orientações dadas pelas empresas sobre os produtos e como é o ambiente físico das mesmas

O ambiente físico da empresa é:	Você recebe orientação de como se deve utilizar produtos ou serviços da empresa?					
	Sim		Não		Às vezes	
	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.						
Caloroso	15	15	10	10	5	5
Agradável	40	40	10	10	10	10
Muito frio	-	-	10	10	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de clientes	100			100%		
Empresa P. S. J.						
Caloroso	10	10	-	-	-	-
Agradável	90	90	-	-	-	-
Muito frio	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de clientes	100			100%		
Empresa A. F.						
Caloroso	15	15	-	-	-	-
Agradável	85	85	-	-	-	-
Muito frio	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de clientes	100			100%		

Ao chegarem em uma organização, o consumidor precisa ser tratado muito bem, com respeito, atenção, informações precisas, alegria, pois é a partir desse momento que o mesmo irá decidir, se adquirir ou não os produtos e serviços daquele estabelecimento.

Os serviços e os produtos oferecidos pelas empresas tem que vir recheado de qualidade e acompanhados de informações sobre sua utilização, seja no produto ou através dos prestadores de serviços.

Realizamos os cruzamentos das variáveis associadas com a orientação que você recebe sobre como utilizar produtos e serviços e como é o ambiente físico da empresa, com o objetivo de avaliar o grau de satisfação do cliente em relação ao modo como este é tratado pelo atendente, e se o mesmo está fornecendo informações à cerca da utilização dos produtos e serviços para que o mesmo cliente possa sair do interior da empresa plenamente satisfeito com a aquisição que acabou de realizar.

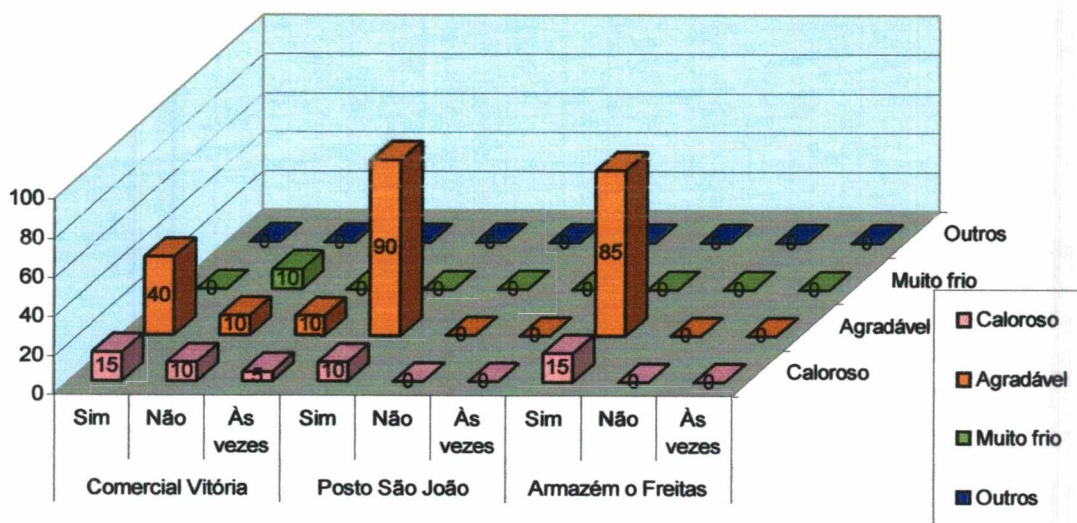
Comparando os dados obtidos, constatamos que todas as três empresas

pesquisadas são unânimes em afirmar que fornecem informações sobre os seus produtos a seus clientes, o C. V. apresenta um percentual de 55% (n=55), o P. S. J. e o A. F. apresentam índices de 100% (n=100), os consumidores também concordam que o ambiente físico das três firmas são agradáveis, uma vez que questionados divulgaram sua opinião, mostrando a primeira com 60% (n=60), sendo o menor índice, e as outras duas com 90% (n=90) e 85% (n=85) cada.

Concluimos que à medida que o cliente fica conhecendo em detalhes tudo o que está relacionado aos produtos ou serviços utilizados, com informações precisas, dadas pelo funcionário, este cliente poderá sentir-se seguro, e com isso até mesmo recomenda-la a outros, por se tratar de organização cuja satisfação dos clientes está em primeiro plano.

Outrossim, ao observamos os dados apresentados na tabela, podemos assegurar que os clientes em sua maioria afirmam que o ambiente físico é agradável. Baseados em tais fatos garantem que a orientação adequada sobre a utilização de produtos e serviços pode fidelizar clientes, fazendo com que haja maior demanda, e conseqüentemente o aumento da rotatividade.

Gráfico 4.3.7. Amostra da avaliação das orientações dadas sobre os produtos e ambiente físico



Analisando dados coletados através de pesquisa de campo das empresas em estudo no que se refere às sugestões, críticas ou reclamações são aceitas pela empresa? E como você avalia o atendimento por parte da empresa? Verificou-se:

Na empresa C. V. para aqueles que afirmaram que suas sugestões são aceitas observou-se 20% (n=20) avaliaram o atendimento como cortez e personalizado; assim sendo conquista-se maior fatia de mercado; 5% (n=5) sinalizaram a opção frio o que conseqüentemente acarretaram prejuízo, pois o cliente busca qualidade em serviços e produtos ofertá-los pelas empresas; o mesmo índice iguala-se para a opção lento, uma vez que atualmente dispomos de recursos tecnológicos que agilizam este processo, o cliente quer ser atendido com eficiência e no menor espaço de tempo possível; 30% (n=30) afirmaram que a eficiência no atendimento trás resultados satisfatórios; 20% (n=20) afirmaram a existência de outros meios para se avaliar o atendimento de uma empresa. Para aqueles que disseram que suas sugestões às vezes são aceitas pela empresa observou-se 10% (n=10) declararam que o atendimento é lento coincidentemente iguala-se para opção para o item eficiente.

No P. S. J. as respostas quanto a sugestões, críticas são aceitos detectou-se unanimemente para opção sim e sob o aspecto como você avalia o atendimento não foi diferente, todas as respostas concentraram-se na opção eficiente.

No A. F. coincidentemente os mesmos percentuais iguala-se aos da empresa anteriormente citada.

Como podemos observar na tabela abaixo, as empresas em estudo costumam aceitar as críticas, sugestões e reclamações por parte dos clientes, ponto que conta bastante no momento em que os consumidores avaliam o atendimento. Quando há atenção, respeito e satisfação em atendê-los, a conseqüência direta será o reconhecimento por parte dos clientes que ficarão sempre satisfeitos no momento da aquisição dos produtos e/ou serviços, e terão prazer em recomendar a empresa aos outros, fazendo o que há de mais importante no meio os negócios que é a propaganda de pessoa para pessoa.

Tabela 4.3.8. A análise da aceitação por parte das empresas sobre a opinião do consumidor e como é o atendimento

Como você avalia o atendimento por parte da empresa?	Suas sugestões, críticas ou reclamações são aceitas pela empresa?					
	Sim		Não		Às vezes	
	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.						
Cortez e personalizado	20	20	-	-	-	-
Frio	5	5	-	-	-	-
Impessoal	-	-	-	-	-	-
Lento	5	5	-	-	10	10
Duvidoso	-	-	-	-	10	10
Eficiente	30	30	-	-	-	-
Outros	20	20	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%	
Empresa P. S. J.						
Cortez e personalizado	-	-	-	-	-	-
Frio	-	-	-	-	-	-
Impessoal	-	-	-	-	-	-
Lento	-	-	-	-	-	-
Duvidoso	-	-	-	-	-	-
Eficiente	100	100	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%	
Empresa A. F.						
Cortez e personalizado	-	-	-	-	-	-
Frio	-	-	-	-	-	-
Impessoal	-	-	-	-	-	-
Lento	-	-	-	-	-	-
Duvidoso	-	-	-	-	-	-
Eficiente	100	100	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%	

Uma empresa tem saber o momento certo de ouvir seus clientes, quanto a críticas, reclamações e sugestões, pois, é a partir dessas opiniões que os empresários poderão suprir as

necessidades do consumidor, que muitas vezes nem tem tanta razão e, no entanto, enquanto gestores competentes, temos que ter a coerência de contornar a situação, com soluções rápidas e sempre favoráveis ao consumidor.

Realizamos este cruzamento com o objetivo de identificar até que ponto as empresas pesquisadas são tolerantes quanto às opiniões dadas pelo cliente a respeito dos produtos ofertados e serviços prestados, seja ajudando a melhorar, ou tentando de alguma forma levar vantagem em cima dessas críticas, ou ainda, quais providências são tomadas para resolução desta questão, levando em consideração que os clientes atribuem isso às formas de atendimento, fator este, que deve ser priorizado dentro de qualquer organização que venha a pretender fidelizar a clientela.

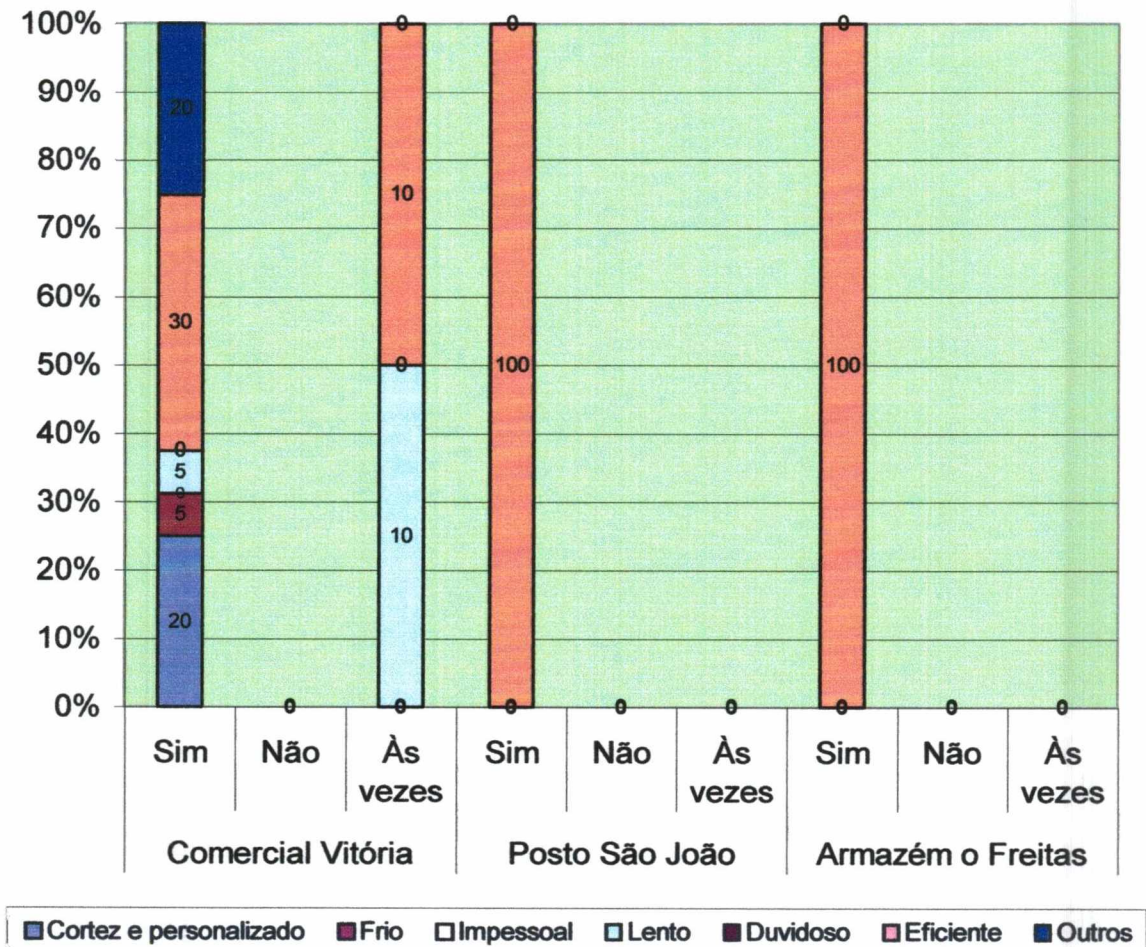
Fazendo a comparação das respostas dadas pelos clientes das organizações em estudos, observamos que eles concordam que as reclamações, sugestões e críticas são aceitas pelas empresas, com os percentuais de 100% (n=100) para o P. S. J. e o A. F., e 80% (n=80) no C. V., compartilham também da opinião que o atendimento é eficiente, temos os índices de 40% (n=40) na primeira firma e 100% (n=100) na segunda e na terceira instituição. Ressaltamos que 20% (n=20) dos consumidores do C. V. afirmam que somente às vezes são aceitas suas sugestões, críticas e reclamações.

É importante observar que os pontos fortes encontrados nestas empresas estão estreitamente relacionados com o atendimento, haja vista que de acordo com dados analisados, podemos verificar que a maioria assinala sempre que conta com bom atendimento. Esta afirmativa nos proporciona uma sensação de segurança quanto às respostas fornecidas, porque é exatamente através desta possibilidade que trabalhamos nossos objetivos.

Chegamos à conclusão que apesar de haver tantos esforços para minimizar os problemas associados ao desgaste causado por reclamações registradas nas empresas, ainda fica a impressão que o consumidor tornou-se mais exigente quanto ao fato de poder escolher tantos produtos disponibilizados no mercado, isto se deve à quebra de fronteiras que houve

nos últimos anos, por isso o cliente vislumbrou a chance de escolher vários produtos e serviços e optar por um atendimento que seja ao mesmo tempo agradável e personalizado, no entanto, algumas reclamações podem não fazer sentido algum, forçando o gerente a apresentar alternativas eficientes para contornar a situação. Quando a empresa recebe críticas relacionadas aos seus produtos e/ou serviços, fatalmente se submeterá e terá que mudar algumas atitudes no que respeita ao atendimento que não poderá ser feito por qualquer um que não tenha sido treinado para conquistar o usuário através de situações agradáveis, transmitindo-lhe tranquilidade.

Gráfico 4.3.8. Comparativo da opinião dos consumidores sobre o atendimento das empresas



4.4. Análise dos planos de cargo de salário das empresas e seus reflexos na motivação

Mediante a pesquisa realizada no que respeita as variáveis há quanto tempo você trabalha nesta empresa e qual o critério utilizado pela empresa para bonificação, verificou-se que aqueles que escolheram o desempenho de função como sendo o principal motivo usado para a bonificação, 14,2% (n=1) trabalha na empresa há menos de um ano, 14,2% (n=1) afirma está na empresa de 3 a 5 anos e 14,2% (n=1) alega permanecer na empresa a mais de 5 anos, visto que 14,2% (n=1) trabalha na organização a cerca de 1 a 3 anos e defende o comprometimento por parte dos funcionários como sendo o principal indicador no critério de bonificação para 42,8% (n=3) que por trabalharem a mais de 5 anos na empresa, acreditam que a criatividade fundamenta a diversificação de produtos e serviços, contribuindo para a consecução das metas traçadas.

Também se analisou os dados da Empresa P. S. J., que iremos discorrer a seguir: com um índice maior de questionados temos o quesito comprometimento, com o percentual de 50,0% (n=3) estão na empresa de 1 a 3 anos, 16,6% (n=1) continua servindo a empresa de 3 a 5 anos, a mesma porcentagem assegura que o desempenho de função é o critério mais usado para a bonificação, já 16,6% (n=1) faz parte da empresa de 1 a 3 anos e defende a utilização da bonificação quando o funcionário desempenha bem sua função.

Na organização A. F., observamos que um maior índice de clientes internos disseram que no momento da bonificação é observado o comprometimento por parte dos funcionários, desses, 9,5% (n=2) se encontram na empresa a de 1 a 3 anos, 42,8% (n=9) trabalham de 3 a 5 anos, e 28,5% (n=6) permanecem na empresa a mais de 5 anos, sendo que 9,5% (n=2) asseguram que a criatividade é o critério mais usado para a bonificação e conservam-se de 3 a 5 anos na empresa, e 4,7% (n=1) compartilha a mesma opinião, mas faz parte da organização a mais de 5 anos, visto que 4,7% (n=1) dos entrevistados por estar na empresa há cerca de 3 a 5 anos considera o desempenho de função, fator primordial na hora

da bonificação, levando em conta que o empregador já tem conhecimento do seu potencial e de sua conduta

Tabela 4.4.1. Avaliação do critério de bonificação e o tempo de serviço dos funcionários

Qual o critério utilizado pela sua empresa para bonificação?	Há quanto tempo você trabalha nesta Empresa?							
	Menos de 1 ano		De 1 a 3 anos		De 3 a 5 anos		Mais de 5 anos	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.								
Criatividade	-	-	-	-	-	-	3	42,8
Comprometimento	-	-	1	14,2	-	-	-	-
Desempenho de função	1	14,2	-	-	1	14,2	1	14,2
Pontualidade	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	07				100			
Empresa P. S. J.								
Criatividade	-	-	1	16,6	-	-	-	-
Comprometimento	-	-	3	50	1	16,6	-	-
Desempenho de função	-	-	-	-	1	16,6	-	-
Pontualidade	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	06				100			
Empresa A. F.								
Criatividade	-	-	-	-	2	9,5	1	4,7
Comprometimento	-	-	2	9,5	9	42,8	6	28,5
Desempenho de função	-	-	-	-	1	4,7	-	-
Pontualidade	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Funcionários	21				100			

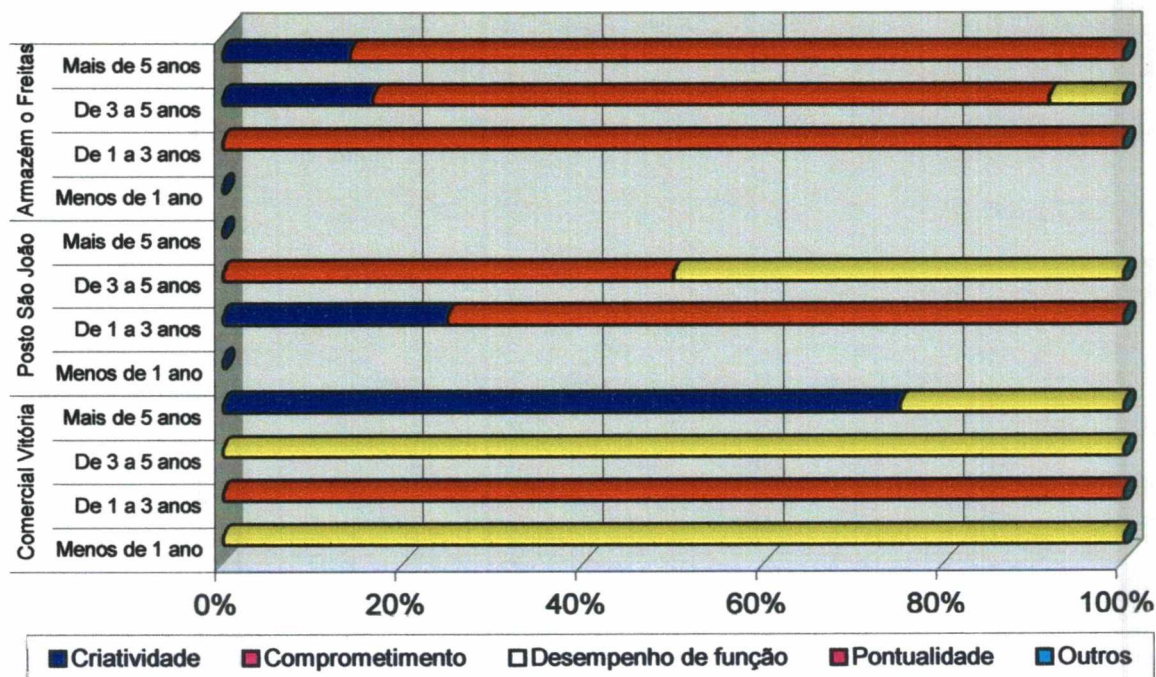
A análise realizada entre as organizações em estudo, no que respeita o tempo que trabalha na firma e qual o critério utilizado pela mesma para bonificação, tem o propósito de identificar se a empresa oferece condições igualitárias, levando em conta que todos os

funcionários, independente do tempo de serviço, deverão receber igual tratamento para que tenham liberdade de participar das iniciativas tomadas, visando o crescimento da empresa, e avaliar ainda, quais os critérios usados para a bonificação.

Ao compararmos os dados extraídos das firmas em estudo, constatamos que os funcionários da Segunda empresa com o tempo de serviço de 1 a 3 anos, somam o percentual de 66,6% (n=4), onde na primeira os funcionários mais antigos correspondem ao número de 57,% (n=3) com o mesmo percentual se apresentam os da terceira empresa tempo de trabalho de 3 a 5 anos, já nas 2.^a e 3.^a empresas o comprometimento é fator que gera maiores bonificações para seus funcionários com percentuais de 66,6% (n=4) e 80,8% (n=17) respectivamente, já a primeira empresa apresenta como fator de maior desempenho para recebimento de bonificações, a desenvoltura alcançada na função, com índices de 42,6% (n=3) divergindo das outras duas empresas citadas.

Levando em consideração o tempo de serviço dos funcionários das empresas estudadas, concluímos que a maioria deles está trabalhando nas firmas desde sua fundação, mesmo com as constantes mudanças no mercado, eles se mantêm firmes e em contínua busca de crescimento profissional, são tratados com igualdade e respeito, e a prova disso são os critérios usados para bonificá-los quando da concretização dos objetivos. Havendo comprometimento, criatividade e bom desempenho das funções, logo surgirão as recompensas e estímulos para continuarem mantendo a organização no mercado. Esta manutenção depende exclusivamente do funcionário que precisará ter bastante entusiasmo para continuar exercendo a mesma função procurando ser reconhecido pelos seus superiores e tentando aumentar seus rendimentos através de bom desempenho, por conseguinte, recebendo prêmios por seus préstimos que serão sempre voltados para o crescimento econômico da instituição da qual faz parte. Utilizando critérios justos para bonificação a empresa possibilitará maior grau de comprometimento e estimulará os funcionários para que estes busquem cada dia mais a consolidação da organização no mercado.

Gráfico 4.4.1. Diagnóstico da dedicação dos funcionários para com as empresas e os critérios utilizados pelas mesmas para recompensá-los



A partir da análise, notou-se uma opinião generalizada na empresa C. V. sobre a importância das avaliações, todos os entrevistados responderam que sim, entre eles 85,7% (n=6) confirmam que trabalham na empresa por que gostam do que fazem e 14,2% (n=1) reconhece que a oportunidade de especialização os leva a permanecerem na empresa.

Na organização P. S. J., todos os funcionários também estão de acordo que essas avaliações são importantíssimas para o melhor desempenho dos mesmos, mas dividem as opiniões enquanto o porque trabalha na empresa, 16,6% (n=1) aponta o salário como único motivo de trabalhar, 66,6% (n=4) acreditam que trabalham por gostar do que fazem e 16,6% (n=1) consideram a qualificação profissional a razão maior de continuar trabalhando.

No A. F., a exemplo das duas outras empresas todos os questionados responderam sim no que diz respeito a achar importante às avaliações de desempenho, entre eles 28,5% (n=6) estão na empresa pela satisfação de fazer o que gostam, 52,3% (n=11) defendem a

qualificação profissional como fator determinante para conservarem-se na empresa com maior motivação para a consecução dos objetivos, e 19,0% (n=4) apontam a oportunidade de especialização como elemento fundamental para vencer os obstáculos e continuar trabalhando em busca da satisfação plena da clientela.

Tabela 4.4.2. Aplicação das avaliações de desempenho e o porque de trabalhar na empresa

Por que você trabalha nesta empresa?	Você acha importante essas avaliações para o desempenho?	
	Sim	
	F	%
Empresa C. V.		
Pelo salário	-	-
Gosto do que faço	6	85,7
Qualificação profissional	-	-
Oportunidade de especialização	1	14,2
Outros	-	-
Total de funcionários	07	100
Empresa P. S. J.		
Pelo salário	1	16,6
Gosto do que faço	4	66,6
Qualificação profissional	1	16,6
Oportunidade de especialização	-	-
Outros	-	-
Total de funcionários	06	100
Empresa A. F.		
Pelo salário	-	-
Gosto do que faço	6	28,5
Qualificação profissional	11	52,3
Oportunidade de especialização	4	19,0
Outros	-	-
Total de funcionários	21	100

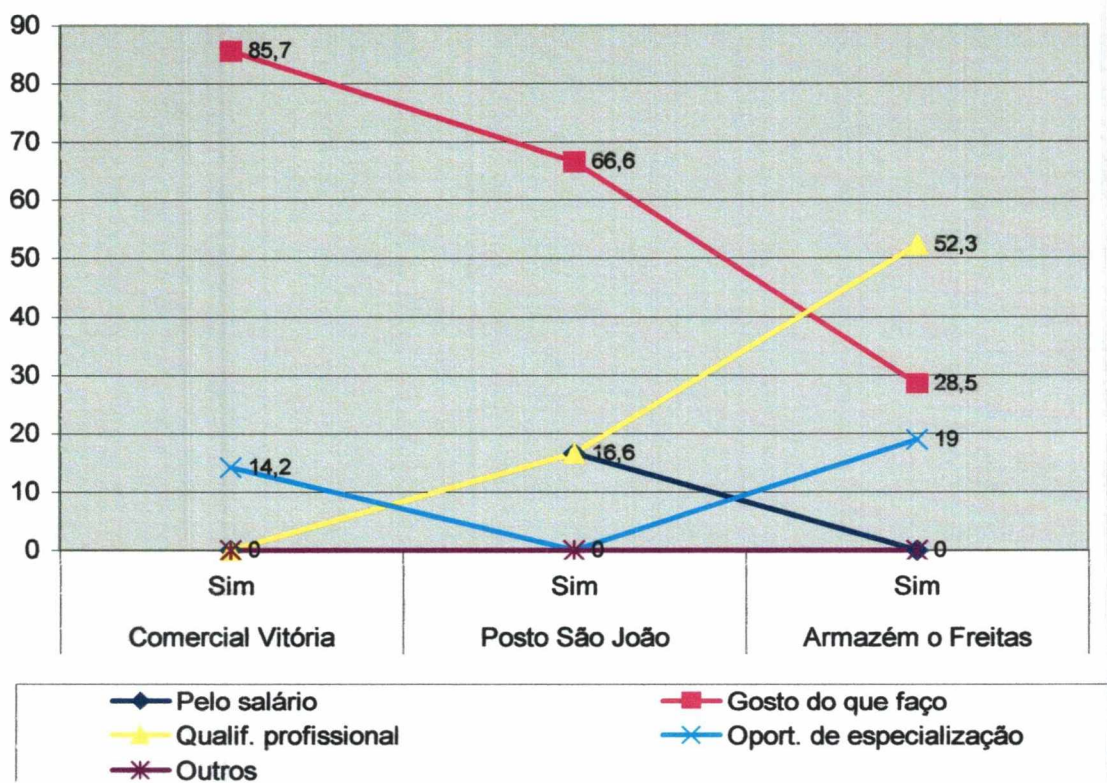
Atualmente, a busca quase desesperada por poder e dinheiro, faz com que as pessoas trabalhem somente com o intuito de conseguir subir na vida, acima de qualquer valor, mas essa forma de motivação influencia diretamente na qualidade dos produtos e dos serviços prestados? Quando se trabalha fazendo o que realmente se gosta, a consequência imediata é a satisfação e o alcance dos objetivos.

A pesquisa realizada nas empresas visam mostrar as razões verdadeiras sobre o que os funcionários pensam a respeito das avaliações de desempenho e se sentem-se estimulados com a aplicação das mesmas, visto que elas podem corrigi-los e ajudá-los a ter melhor desempenho.

Ao fazermos a comparação dos dados encontrados nesse cruzamento, constatamos que 100% dos funcionários das três empresas concordam que as avaliações de desempenho são importantes, já com relação ao porque trabalha na organização, o C. V. e o P. S. J. Ltda, estão de acordo, os funcionários afirmam que gostam do que fazem, com os percentuais de 85,7% (n=6) e 66,6% (n=4), as respectivas empresas, sendo que os participantes do A. F., que equivalem a 52,3% (n=11), discordam assegurando que o motivo maior do trabalho é a qualificação profissional. O índice de satisfação pelo que faz é importantíssimo para a consecução dos objetivos propostos.

Com o estudo realizado concluímos que as avaliações de desempenho são consideradas pelos funcionários como sendo de grande valia, ajudam os mesmos a repararem suas falhas, podendo corrigi-las e de seus acertos, sendo recompensados e motivados a continuar alcançando as metas estabelecidas, observamos também que a maioria dos entrevistados trabalha por gostarem do que fazem, satisfazendo-se e contribuindo para o crescimento da organização, que consideram uma extensão dos seus lares, correspondendo ao esteio para seu sustento e da sua família que é o mais importante nessa luta árdua para conseguir um bom futuro e uma melhor condição de vida para seus dependentes, que estimularão na consecução de suas metas e de seus objetivos.

Gráfico 4.4.2. Demonstrativo dos motivos de trabalhar na empresa e a opinião sobre as avaliações de desempenho



4.5. Avaliação da contribuição do líder no crescimento econômico

Diante da pesquisa realizada, verificou-se que os questionados da Empresa C. V. tem as seguintes opiniões: aqueles que dizem que a comparação de preços é o método mais usado na pesquisa de mercado, 14,2% (n=1) afirma que a Empresa faz reciclagem para se adaptar as mudanças, para 57,1% (n=4) que acreditam que para acompanhar as contínuas mudanças do mundo dos negócios é necessário fazer planejamentos periódicos. Para outra metade dos questionados a pesquisa de mercado é feita através de visitas a outras Empresas, desses 14,2% (n=1) acredita que a reciclagem é a melhor maneira de acompanhar as

mudanças e por último a mesma porcentagem considera o planejamento o caminho mais seguro e confiável para adaptar-se as constantes mudanças e chegar a conclusão dos resultados.

Na Empresa P. S. J. conclui-se que dos funcionários que apontam que a pesquisa é feita através de comparações de preços, 16,6% (n=1) destaca os cursos realizados para o aperfeiçoamento e a motivação dos mesmos como fator preponderante na adaptação as mudanças, já 16,6% (n=1) afirma que só se adapta as mudanças àqueles que tem como base o planejamento. Para aqueles que escolheram consulta ao cliente como a melhor forma de pesquisar o mercado, 50,0% (n=3) reconhecem o treinamento de funcionários como fator predominante para seguir e superar as mudanças em busca de resultados satisfatórios, e para 16,6% (n=1) que acredita que as reuniões periódicas que reúnem todos os participantes da Empresa ajudam os mesmos no sentido de acompanhar as mudanças e trabalhar em cima delas, com maiores possibilidades de alcançar as metas estabelecidas.

Já na empresa A. F. aqueles que asseguram que é através da comparação de preços que se faz à pesquisa de mercado, 14,2% (n=3) expõe o treinamento de funcionários como melhor forma de se adaptar as mudanças, já 4,7% (n=1) diz que a empresa precisa oferecer cursos aos seus funcionários para mantê-los no mercado, o mesmo percentual acredita que as reuniões periódicas são de grande auxílio no acompanhamento das mesmas, e para 4,7% (n=1) que acha que só se adapta a mudança a organização que faz planejamento, sendo que daqueles que confirmam que a pesquisa de mercado é feita através da consulta a clientes, 33,3% (n=7) ratificaram que quando o funcionário é treinado, há maiores chances de acostumarem-se com as mudanças, já 23,8% (n=5) responderam que só adequam-se as constantes reformas do mercado ao participarem de constantes cursos, para 4,7% (n=1) que acredita que as reuniões periódicas são o modo mais seguro de se adequarem às transformações e para 9,5% (n=2) que reconhecem que o planejamento é a forma mais coerente de ajustarem-se as modificações, pois é através deste planejamento que se poderá

obter melhores resultados sobre os investimentos realizados pelas empresas na tentativa de lograr êxito nos seus objetivos.

Tabela 4.5.1. A avaliação das técnicas utilizadas pelas empresas para se adaptarem as mudanças e como é feita a pesquisa de mercado

Como é feita a pesquisa de mercado?	O que sua Empresa tem feito para se adaptar as mudanças?									
	Treinamento de funcionários		Cursos		Reuniões periódicas		Reciclagem		Planejamento	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.										
Através de comparações de preços	-	-	-	-	-	-	1	14,2	4	57,1
Consulta a clientes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Visitas a outras Empresas	-	-	-	-	-	-	1	14,2	1	14,2
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de funcionários	07					100				
Empresa P. S. J.										
Através de comparações de preços	-	-	1	16,6	-	-	-	-	1	16,6
Consulta a clientes	3	50	-	-	1	16,6	-	-	-	-
Visitas a outras Empresas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de funcionários	06					100				
Empresa A. F.										
Através de comparações de preços	3	14,2	1	4,7	1	4,7	-	-	1	4,7
Consulta a clientes	7	33,3	5	23,8	1	4,7	-	-	2	9,5
Visitas a outras Empresas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de funcionários	21					100				

Com a globalização, o mundo dos negócios vem sofrendo mudanças significativas e para acompanhá-las os empreendedores tem que Ter como ponto forte à flexibilidade. Através da tabulação dos dados onde informações quanto ao que a empresa tem feito para se adaptar as mudanças e como é feita a pesquisa de mercado, queremos por meio do benchmarking, adquirir parâmetros identificando tudo o que as outras firmas têm de melhor, podendo trazer para as empresas em estudo, as adaptações que o mercado exige.

Para tanto é necessário, pois, que saibamos no momento exato da tomada de decisão sobre quais soluções poderemos adotar para não incorrerem em equívocos que comprometam a escalada rumo ao sucesso. Não pretendemos que as empresas copiem modelos de gerenciamento, queremos que as empresas tornem possíveis algumas adaptações e busquem sempre melhorias para ampliar seu diferencial competitivo.

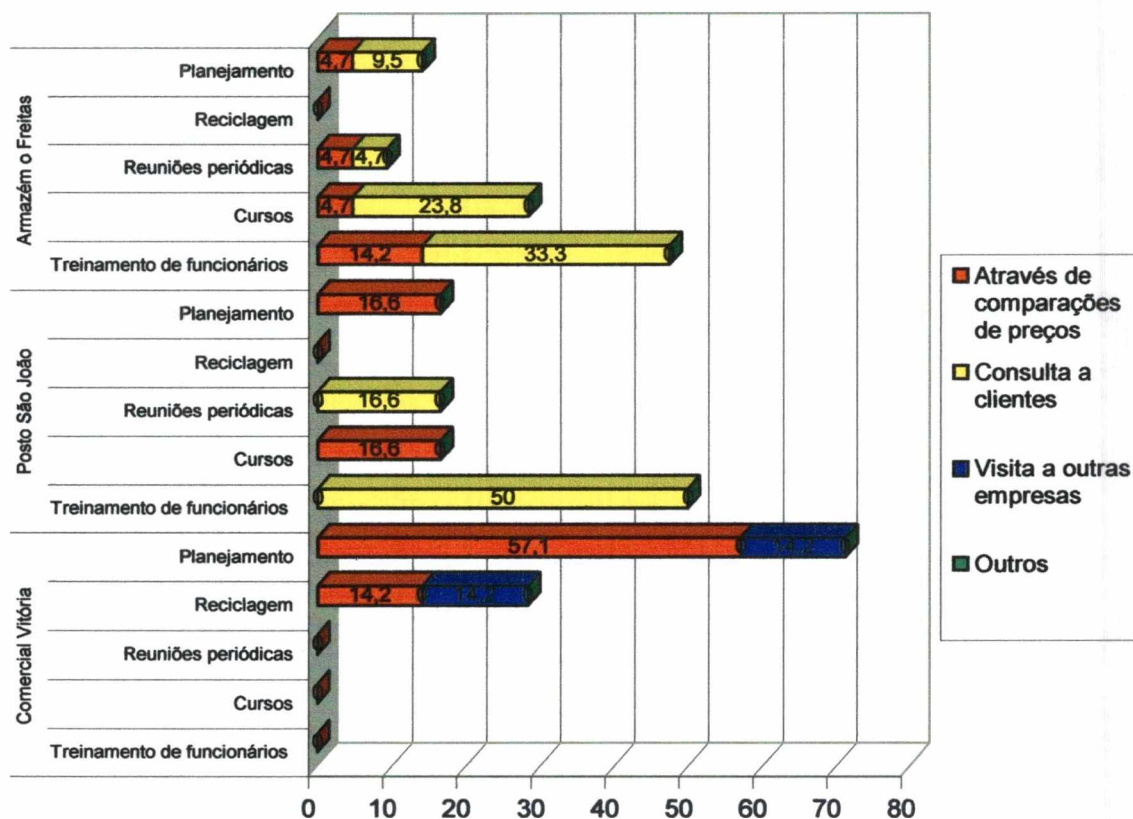
Nas confrontações feitas observamos que as empresas P. S. J. Ltda e A. F. concordam ao afirmarem que a pesquisa de mercado é feita através de consulta a clientes, com percentuais de 66,6% (n=4) e 71,3% (n=15) respectivamente discordando com isso o C. V. assegura que a pesquisa é feita por meio de comparações de preços com os números de 71,3% (n=5), sendo que na questão que respeita o que fazer para se adaptar as mudanças, coincidentemente as firmas P. S. J. Ltda e A. F. estão de acordo que o treinamento de funcionários é a melhor forma adequarem-se as tais modificações, contrapondo, o C. V. afirma que o planejamento é a maneira mais adequada ajustarem-se as transformações, com o índice de 71,3% (n=5). A pesquisa de mercado auxilia de forma decisiva na adaptação as mudanças por parte das empresas.

Concluimos que as empresas em estudo estão conseguindo um ajuste ideal em relação às oscilações do mercado, com certa facilidade, pois estão implantando em suas estruturas ferramentas que auxiliam no alcance das metas, além de utilizarem a pesquisa de mercado que é fator preponderante para desenvolverem-se e competirem com igualdade, procurando diversas formas de incentivar os participantes a fim de se destacarem com

excelência empresarial.

E através de pesquisa de mercado que se pode perceber e acompanhar as tendências para a aplicação adequada de técnicas que direcionem a empresa ao franco crescimento da sua área de atuação. Finalmente, conclui-se que consultando clientes pode-se ir direto ao ponto, ganhando tempo e permitindo avanços junto às mudanças.

Gráfico 4.5.1. Comparativo da avaliação das formas de pesquisar o mercado e como ocorre o acompanhamento das mudanças



Através desse cruzamento, observamos que a maioria dos funcionários da empresa

C. V. possui o 2º Grau completo. Por ser uma empresa que atua no ramo varejista e com uma estrutura ainda pequena, cada funcionário ocupa um cargo diferente, 14,2% (n=1) atuam como caixa, 14,2% (n=1) gerencia a empresa e o mesmo percentual ocupa o cargo de secretária, já 28,5% (n=2) dos funcionários são embaladores e 14,2% (n=1) é responsável pelas entregas dos produtos que são comprados em grande quantidade ou quando o cliente mora longe de onde está localizada a empresa. É importante ressaltar que o único funcionário que tem o 2º incompleto, é que corresponde ao percentual de 14,2% (n=1) é o administrador da empresa.

Na empresa P. S. J. todos os funcionários têm o ensino médio completo, atuantes na área de Posto de combustíveis e mecânica, 66,6% (n=4) são frentistas e 16,6% (n=1) ocupam o cargo de mecânico e o mesmo percentual está no cargo de administrador.

No A. F. a exemplo da segunda empresa, todos os questionados possuem o 2º Grau completo, atuam no mercado de atacados, 9,5% (n=2) dos funcionários ficam no caixa, 4,7% (n=1) é administrador, já 9,5% (n=2) atuam como gerentes, o mesmo percentual são secretários, 38% (n=8) ocupam o cargo de vendedores e 28,5% (n=6) são motoristas.

Cada funcionário ocupa o seu cargo e exerce as suas funções de acordo com as necessidades da empresa em que atua. A exemplo das outras, das organizações em estudo não poderiam ser diferentes, trabalha com pessoas com o grau de escolaridade considerável, porém leva em consideração também a experiência que os mesmos têm em relação às tarefas executadas.

Esta experiência além de ser primordial no alcance das metas, pode ajudar no momento em que a empresa precise recrutar outros funcionários, pois esses conhecimentos podem ser passados de um para o outro, reduzindo assim os custos da firma, e uma vez reduzidos os custos, automaticamente, a empresa disporá de reservas podendo investir maciçamente no seu material humano que é o que há de mais valioso e que requer muita atenção no trato diário, gerando profissionais cada vez mais comprometidos com a empresa.

Tabela 4.5.2. Diagnóstico da influência do grau de escolaridade no cargo ocupado pelos funcionários

Qual cargo ocupa?	Qual o seu grau de escolaridade?			
	2º Grau completo		2º Grau incompleto	
	F	%	F	%
Empresa C. V.				
Caixa	1	14,2	-	-
Administrador	-	-	1	14,2
Gerente	1	14,2	-	-
Secretário	1	14,2	-	-
Embalador	2	28,5	-	-
Vendedor	-	-	-	-
Entregador	1	14,2	-	-
Frentista	-	-	-	-
Mecânico	-	-	-	-
Motorista	-	-	-	-
Total de Funcionários	07		100	
Empresa P. S. J.				
Caixa	-	-	-	-
Administrador	1	16,6	-	-
Gerente	-	-	-	-
Secretário	-	-	-	-
Embalador	-	-	-	-
Vendedor	-	-	-	-
Entregador	-	-	-	-
Frentista	4	66,6	-	-
Mecânico	1	16,6	-	-
Motorista	-	-	-	-
Total de Funcionários	06		100	
Empresa A. F.				
Caixa	2	9,5	-	-
Administrador	1	4,7	-	-
Gerente	2	9,5	-	-
Secretário	2	9,5	-	-
Embalador	-	-	-	-
Vendedor	8	38,0	-	-
Entregador	-	-	-	-
Frentista	-	-	-	-
Mecânico	-	-	-	-
Motorista	6	28,5	-	-
Total de Funcionários	21		100	

Através desse cruzamento podemos observar o quanto é importante o grau de escolaridade, pois a partir do ensino é que podemos adquirir dentro de uma empresa, cargos condizentes aos nossos conhecimentos, permanecendo atentos às constantes mudanças manifestadas pelas inovações tecnológicas no “mundo” da globalização. Por meio da qualificação profissional é que se poderá mensurar a aptidão do funcionário quanto ao cargo que este exercerá.

Estando apto por seu grau de qualificação profissional jamais um funcionário dará margem aos seus superiores, evitando assim, conflitos e demissões. Isto porque sabemos que sempre haverá pessoal qualificado para ocupar cargos disponíveis.

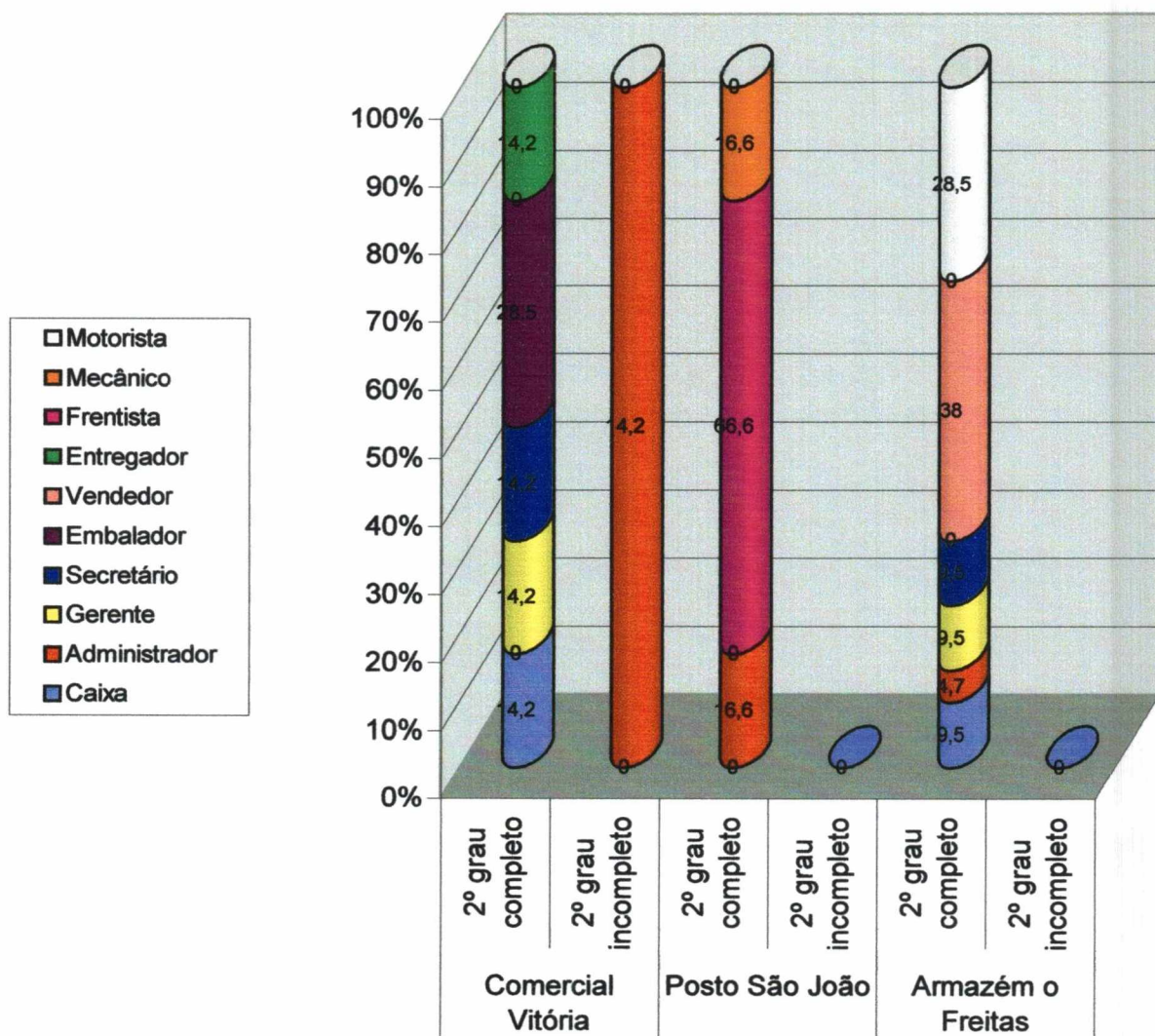
Comparando-se a análise feita entre as empresas, vimos que no C. V., no P. S. J. Ltda e no A. F., encontramos em suas estruturas, profissionais que ocupam diversos cargos, as referidas empresas possuem nível médio, todos os funcionários já concluíram o 2.º grau, excetuando o administrador da empresa C. V., que por sua vez, mostrou-se habilitado administrativamente, mesmo não tendo tido oportunidade de concluir o ensino médio, temos os seguintes percentuais de 85,3% (n=6) 100% (n=6) e 100% (n=21) para o ensino médio e a percentagem de 14,2% (n=1) para o 2.º grau incompleto na referida empresa C. V..

Levando em consideração a nossa realidade, e por fazermos parte de uma cidade do interior, concluímos que os participantes das empresas em estudo estão com o nível de escolaridade considerável, tendo em conta o desenvolvimento das mesmas no mercado, podemos afirmar que os funcionários estão ocupando com êxito seus cargos, necessitando apenas de cursos de aperfeiçoamento para garantir na organização o seu crescimento profissional. Quanto mais conhecimentos adquirirem, mais terão oportunidades de aplicá-los através da produção e da oferta de serviços de alta qualidade, mostrando-se competentes e ajudando na perpetuação da empresa.

E fácil notar que cargos certos para homens certos são o que há de mais produtivo dentro das empresas. Considerar o grau de escolaridade dos funcionários, associado aos

cargos que estes ocupam, pode levar o empresário a superar com êxito as diferenças existentes entre os vários cargos e funcionários estabelecendo um equilíbrio nos mesmos e demonstrando controle total sobre as ações desenvolvidas, colocadas as ações à disposição dos ocupantes de cargos, sem distinção, pode-se chegar ao sucesso, pois, muitas vezes um funcionário que não possui um alto grau de escolaridade, pode exercer com esmero suas funções e participar efetivamente das conquistas da empresa.

Gráfico 4.5.2. Amostra da influência do grau de escolaridade no cargo que ocupa cada funcionário



Verificando os dados obtidos pela entrevista feita aos funcionários da empresa C. V., observamos que as metas da equipe são discutidas bimestralmente, entre eles 57,1% (n=4) asseguram que as propagandas feitas constantemente pela organização, divulgando os seus produtos e serviços, conseguem manterem-se com vantagens em relação aos concorrentes, e para 42,8% (n=3) que afirmam que os prazos são o grande diferencial.

No P. S. J. a exemplo da primeira empresa os funcionários costumam discutir as metas a cada 2 meses, 66,6% (n=4) dos entrevistados consideram as propagandas a principal forma de ferramenta utilizada pela firma para vencer os concorrentes, já 33,3% (n=2) acreditam que os prazos oferecidos são inigualáveis, conservando-se assim a frente dos concorrentes.

Já na empresa A. F. verificou-se através da entrevista que as metas são discutidas mensalmente, 9,5% (n=2) dos entrevistados expuseram que os preços são mais acessíveis e que fazem a diferença no momento em que o consumidor vai adquirir os produtos, destacando-se dos concorrentes, já 42,8% (n=8) defendem os prazos dados pela organização como sendo a maior razão de permanecer com vantagens em relação aos concorrentes e para 47,6% (n=10) que indicaram a pontualidade nas entregas como um único motivo de estarem concorrendo no mercado, é evidente que quando se verifica que o consumidor ao participar de uma pesquisa deste porte, indica pontualidade na entrega, observa-se uma constante preocupação em buscar sempre excelência nos produtos e serviços, procurando melhores preços, alertando e acirrando ainda mais a concorrência que precisará acompanhar de perto as preferências dos consumidores, tentando conquistar e fidelizar clientes comparando preços e atendimentos junto às outras empresas que têm o mesmo seguimento, adequando seus serviços aos desejos dos consumidores por estarem sempre de olhos bem abertos à todas as tendências de mercado para não adquirirem produtos que não satisfaçam seus anseios e suas necessidades, ficando por conta dos proprietários de empresas a melhoria dos produtos fornecidos.

Tabela 4.5.3. Avaliação do tempo de discussão das metas e quais as vantagens de cada empresa com respeito à concorrência

Quais as vantagens de sua Empresa em relação aos concorrentes?	Em quanto tempo costuma ser discutidas as metas de sua equipe?			
	Todo mês		Por bimestre	
	F	%	F	%
Empresa C. V.				
Propagandas	-	-	4	57,1
Localização	-	-	-	-
Preços	-	-	-	-
Prazos	-	-	3	42,8
Pontualidade	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-
Total de Funcionários	07		100	
Empresa P. S. J.				
Propagandas	-	-	-	-
Localização	-	-	4	66,6
Preços	-	-	-	-
Prazos	-	-	2	33,3
Pontualidade	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-
Total de Funcionários	-	-	06	100
Propagandas	06		100	
Empresa A. F.				
Propagandas	-	-	-	-
Localização	-	-	-	-
Preços	2	9,5	-	-
Prazos	9	42,8	-	-
Pontualidade	10	47,6	-	-
Outros	-	-	-	-
Total de Funcionários	21	100	-	-
Propagandas	21		100	

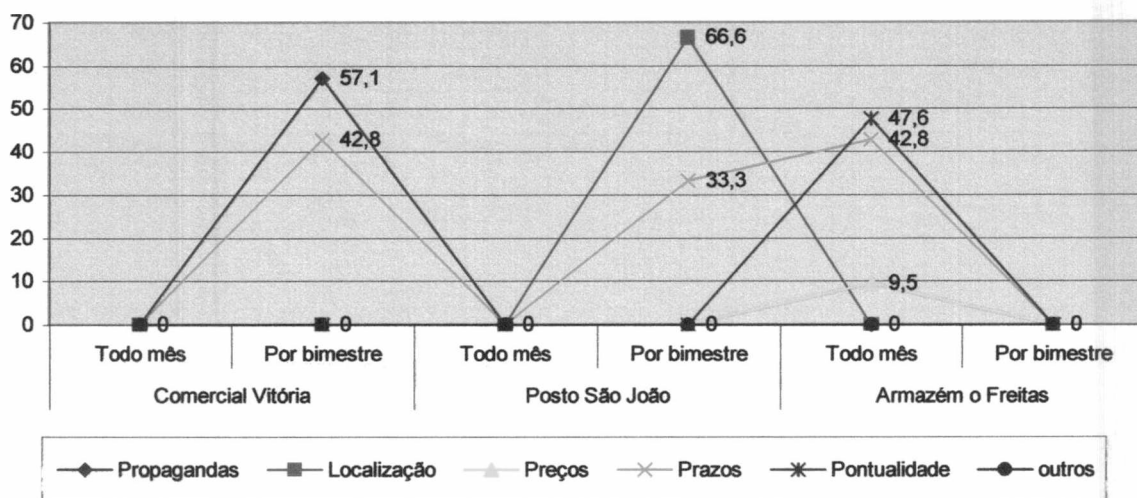
As metas de uma empresa só serão alcançadas se houver a discussão das mesmas

entre os participantes, com isso, alternativas serão encontradas e os objetivos irão se concretizar com mais rapidez, tornando-se o grande diferencial com relação aos concorrentes. Esse cruzamento objetiva identificar qual a periodicidade da realização das discussões sobre as metas que a empresa pretende alcançar, visto que dessa discussão depende o desenvolvimento dos setores, que por sua vez mantém a organização no mercado, analisar ainda quais são as vantagens das firmas pesquisadas com relação as suas concorrentes, podendo desta forma trabalhar em cima delas, ampliando-as de modo a satisfazer ainda mais o mercado consumidor.

Comparando os dados das empresas pesquisadas, observamos que o C. V. e o P. S. J. são unânimes em afirmar que a cada dois meses as metas são discutidas, sendo que a primeira destaca-se das concorrentes com as propagandas, com o percentual de 57,1% (n=4) e a segunda tem a localização como maior vantagem, com o índice de 66,6% (n=4), discordando das duas outras organizações, o A. F. costuma discutir as suas metas todos os meses e assegura que a pontualidade é o diferencial com relação aos concorrentes, com o percentual de 47,6% (n=10).

Depois de analisar profundamente este cruzamento, concluiu-se que numa empresa onde são valorizados os aspectos da discussão e da facilidade de comunicação entre as equipes de trabalho, as metas se tornarão mais facilmente conhecidas, favorecendo o desempenho dos liderados e garantindo plena satisfação tanto aos líderes, quanto, principalmente aos consumidores, possibilitando maior estabilidade no mercado e destaque junto à concorrência. Outrossim, pôde-se concluir que para maior desenvolvimento organizacional e comprometimento individual, é necessário que haja cumplicidade entre os participantes desse processo de consolidação empresarial, para que juntos todos possam contribuir de maneira significativa com o alcance das metas, elevando o nível de competitividade da empresa e fazendo a diferença diante da concorrência, concluiu-se ainda que havendo interação entre empresários e clientes haverá boas condições de compra e venda.

Gráfico 4.5.3. Demonstrativo da avaliação das vantagens competitivas e o tempo de discussão das metas



Examinando o universo consumidor das empresas em estudo sob o aspecto a empresa dá as informações que você necessita dos produtos e serviços? E qual o contato estabelecido entre você e os funcionários após o atendimento prestado? Certificou-se:

Na empresa C. V. para os clientes que afirmaram que a empresa dá as informações básicas do produto e serviços observou-se 30% (n=30) afirmaram que o contato da empresa com o cliente ocorre com a entrega de cartão com número de telefone para posteriores comunicações, 30% (n=30) declaram que o elo de ligação após o processo de atendimento dar-se-á através de um agradecimento. Para os que disseram que a empresa não dá informações que o cliente necessita dos produtos e serviços verificou-se 20% (n=20) declaram que após a realização do atendimento a empresa não mantém nenhum vínculo com o cliente. Para os que disseram que às vezes a empresa dá informações dos produtos e serviços verificou-se 5% (n=5) admitiram que o contato é feito por intermédio da entrega de cartão com o número de telefone, coincidentemente os mesmos números igualam-se para o item um agradecimento, 10% (n=10) optaram para o item nenhum contato.

No P. S. J. para os clientes que afirmaram que a empresa dá informações certas

verificou-se 85% (n=85) analisaram que o contato da empresa com o consumidor é por meio de um agradecimento; 10% (n=10) sinalizaram que o relacionamento de amizade é o elo de ligação entre empresa e consumidor após o processo de atendimento; 5% (n=5) opinaram por outros meios de contato entre funcionário e cliente.

No A. F. as opiniões foram concentradas na opção sim com respeito às informações prestadas sobre os produtos e serviços, e com relação ao contato as respostas foram para a opção um agradecimento, que equivale a 100% (n=100).

De acordo com a tabela abaixo, podemos afirmar que a maioria dos clientes das empresas em estudo recebem informações sobre os produtos oferecidos e os serviços prestados, e que existe um contato constante entre ambos.

Tabela 4.5.4. Análise das informações dadas pelas empresas sobre os produtos e qual contato entre funcionários e clientes após o atendimento

Qual o contato é estabelecido entre você e os funcionários após o atendimento prestado?	A empresa dá as informações que você necessita dos produtos e serviços?					
	Sim		Não		Às vezes	
	F	%	F	F	%	F
Empresa C. V.						
Telefonemas retificando a qualidade do mesmo	-	-	-	-	-	-
Cartão com número de telefone	30	30	-	-	5	5
Um agradecimento	30	30	-	-	5	5
Relacionamento de amizade	-	-	-	-	-	-
Nenhum contato	-	-	20	20	10	10
Outros	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100			100		
Empresa P. S. J.						
Telefonemas retificando a qualidade do mesmo	-	-	-	-	-	-
Cartão com número de telefone	-	-	-	-	-	-
Um agradecimento	85	85	-	-	-	-
Relacionamento de amizade	10	10	-	-	-	-
Nenhum contato	-	-	-	-	-	-
Outros	5	5	-	-	-	-
Total de Clientes	100			100		
Empresa A. F.						
Telefonemas retificando a qualidade do mesmo	-	-	-	-	-	-
Cartão com número de telefone	-	-	-	-	-	-
Um agradecimento	100	100	-	-	-	-
Relacionamento de amizade	-	-	-	-	-	-
Nenhum contato	100	100	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	100	-
Total de Clientes	100			100%		

Todo consumidor precisa receber maiores informações sobre os produtos oferecidos e serviços prestados para que possa adquiri-los e utilizá-los com mais segurança e com certificação da qualidade, e essas informações devem ser passadas através de contatos estabelecidos freqüentemente entre funcionários e clientes, no ato da compra ou após o atendimento.

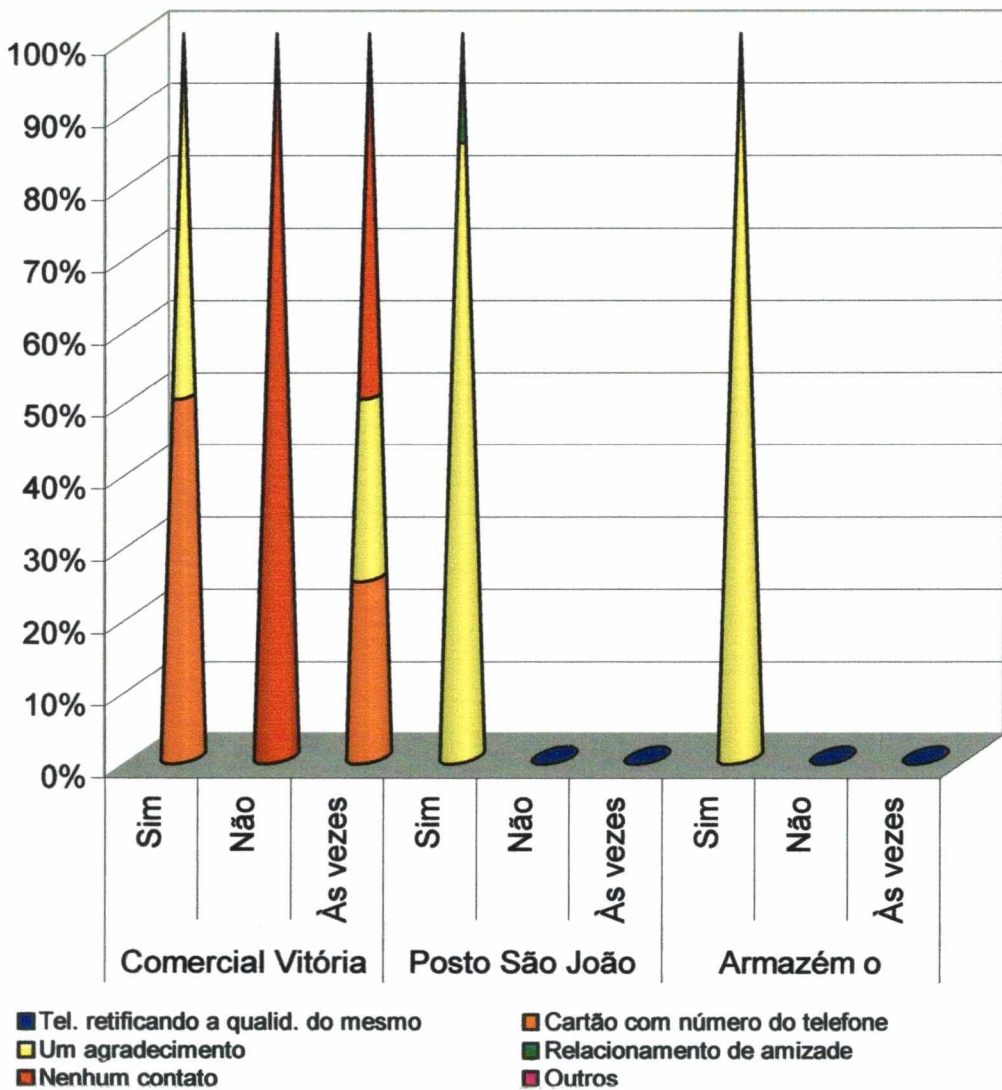
O cruzamento dessas variáveis objetiva identificar como os funcionários estão desempenhando suas funções quanto as informações que são passadas aos clientes sobre os produtos e serviços, com isso podemos ter uma noção melhor sobre como são estabelecidos os contatos entre empregados e consumidores após o atendimento, pois é por meio do entendimento entre essas duas partes que a empresa terá embasamento para a tomada de providências necessárias para alcançar a satisfação da clientela, que prioriza qualidade, agilidade, comodidade, pontualidade, atenção e respeito no momento de adquirir produtos e/ou serviços.

As comparações feitas entre as empresas em estudo comprovam que as informações prestadas pelas firmas sobre seus produtos e serviços são comunicadas a seus clientes de modo a afirmarem que sim na sua grande maioria de 60% (n=60) no C. V., enquanto que as outras duas em sua totalidade em 100% (n=100), quanto ao contato estabelecido após o atendimento, as três organizações concordam que o agradecimento é a relação mantida depois do serviço prestado, só que a primeira empresa também apontou a entrega de cartão com número de telefone, findando assim, o seu contato, com percentuais coincidentes em 35% (n=35) cada.

Concluimos que o mais importante para as empresas é orientar o funcionário quanto ao atendimento para proporcionar um relacionamento com o cliente fornecendo informações necessárias sobre produtos e serviços visando o crescimento econômico e sua competitividade no mercado. Podemos ainda afirmar que o consumidor ao sentir-se privilegiado com um atendimento agradável, tornar-se-á fiel a empresa que o conquistará e

fará com que este sempre volte e traga junto com ele um número elevado de consumidores que ao ouvir deste o tipo de atendimento que lhe é dispensado, certamente passarão a olhar com outros olhos os produtos e/ou serviços oferecidos por estas empresas.

Gráfico 4.5.4. Demonstrativo da análise sobre a manutenção de contato e as informações oferecidas pelas empresas



Investigando a realidade das empresas em estudo sob o aspecto atendimento que lhe é dispensado você está? e por que você é fiel a empresa que lhe presta serviços?

constatou-se:

Na empresa C. V. para os clientes que assinalaram a resposta satisfeita com respeito ao atendimento observou-se 5% (n=5) sinalizaram que o bom atendimento contribui para a fidelização da clientela; 40% (n=40) afirmaram que a qualidade nos produtos e serviços é imprescindível para cativarmos os clientes; 5% (n=5) relataram que os preços acessíveis fideliza a clientela. Quanto a opção muito satisfeito quando ao atendimento verificou-se 10% (n=5) admitiram que o bom atendimento é indispensável para conquista de clientes fiéis; 20% (n=20) apontaram a qualidade nos produtos e serviços com o fator preponderante na fidelização dos consumidores; 5% (n=5) sinalizaram a tecnologia avançada como meio de encanto aos consumidores tornando-os fiéis, igualam-se os índices para o quesito outros. Para aqueles que assinalaram insatisfação quanto ao atendimento observou-se 10% (n=10) disseram que a qualidade nos produtos e serviços contribui para a fidelização dos clientes.

Na empresa P. S. J. para os que afirmaram satisfação quanto ao atendimento constatou-se 20% (n=20) indicaram o bom atendimento como meio de surpreender o cliente tornando-o fiel; 60% (n=6) enfatizaram a qualidade nos produtos e serviços como imprescindível a fidelização da clientela; 5% (n=5) sinalizaram que preços para justos cativam os clientes.

Na empresa A. F. as respostas foram unânimes quanto à opção satisfação, sobre o atendimento da empresa diversificando apenas no item por que você é fiel detectamos que 60% (n=60) declararam o bom atendimento como item responsável a fidelização do cliente; 10% (n=10) assinalaram a qualidade como fator primordial a fidelização, igualando-se o mesmo percentual para o quesito comodidade; 20% (n=20) admitiram que a credibilidade é uma das razões pelas quais os clientes se tornam fidelizados e, conseqüentemente, ficam satisfeitos todos os envolvidos no processo de desenvolvimento das organizações em estudo, garantindo maior aceitação dos produtos e dos serviços oferecidos nas empresas, fortalecendo o relacionamento entre clientes e organização.

Tabela 4.5.5. Averiguação do grau de satisfação dos clientes enquanto ao atendimento e o que leva os mesmos a permanecerem fiéis a empresa

Por que você é fiel a empresa que lhe presta serviços?	Quanto ao atendimento que lhe é dispensado você está?							
	Satisfeito		Muito satisfeito		Insatisfeito		Muito insatisfeitos	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.								
Bom atendimento	5	5	10	10	-	-	-	-
Qualidade nos produtos e serviços	40	40	20	20	10	10	-	-
Tecnologia avançada	-	-	5	5	-	-	-	-
Comodidade	-	-	-	-	-	-	-	-
Credibilidade	-	-	-	-	-	-	-	-
Preços acessíveis	5	5	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	5	5	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%			
Empresa P. S. J.								
Bom atendimento	20	20	-	-	-	-	-	-
Qualidade nos produtos e serviços	60	60	15	15	-	-	-	-
Tecnologia avançada	-	-	-	-	-	-	-	-
Comodidade	-	-	-	-	-	-	-	-
Credibilidade	-	-	-	-	-	-	-	-
Preços acessíveis	5	5	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	5	5	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%			
Empresa A. F.								
Bom atendimento	60	60	-	-	-	-	-	-
Qualidade nos produtos e serviços	10	10	-	-	-	-	-	-
Tecnologia avançada	-	-	-	-	-	-	-	-
Comodidade	10	10	-	-	-	-	-	-
Credibilidade	20	20	-	-	-	-	-	-
Preços acessíveis	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%			

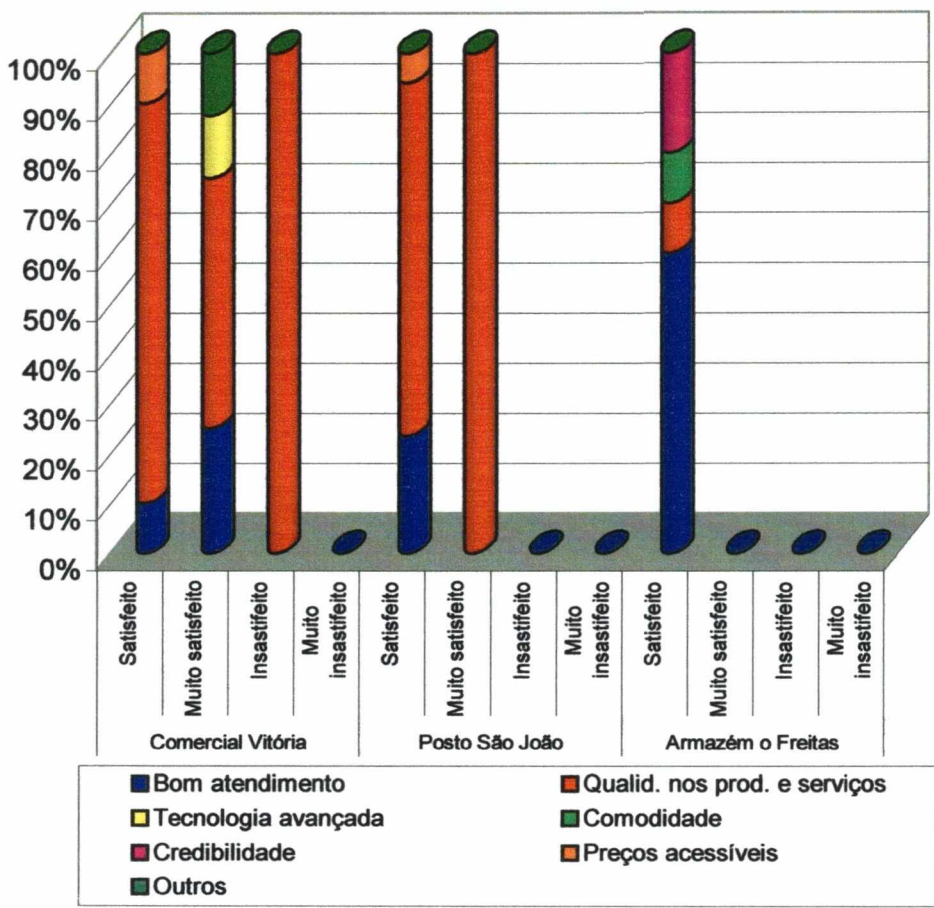
Ao chegarmos em uma empresa de sucesso, o primeiro item que nos chamar atenção, é atendimento, somos tratados como verdadeiramente merecemos, restando apenas a alternativa de nos fidelizarmos a ela.

Através deste cruzamento obteremos as informações pertinentes se o cliente está satisfeito com o atendimento que lhe é dispensado e quais os fatores da fidelização, como o resultado teremos condições de realizar um atendimento de qualidade total e conseguir êxito na sua conquista como cliente permanente.

Fazendo a comparação entre as empresas estudadas, observamos que elas apresentam um alto grau de satisfação no atendimento que lhe é dispensado, segundo os seus clientes, com 50% (n=50) C. V., 85% (n=85) no P. S. J., já no A. F. esta satisfação é total, com 100% (n=100), quanto a fidelização podemos afirmar que a primeira e a segunda organização concordam que é devido à qualidade nos produtos e serviços com 70% (n=70) e 75% (n=75) cada. Já na terceira empresa esse percentual é um pouco menor, com 60% (n=60) que atribui ao bom atendimento.

Concluimos que as empresas estudadas prestam serviços e oferecem produtos com qualidade para satisfazer seus clientes, proporcionando-lhes tudo o que há de melhor no mercado, buscando inovações e recursos que facilitem a vida dos consumidores, oferecendo preços mais acessíveis, tudo isso trará a fidelidade dos mesmos, e quando esses estão satisfeitos com as facilidades e a qualidade oferecida pela firma, sem dúvida a credibilidade será maior. Quanto mais se conquista credibilidade, muito mais aceitação se pode ter, alcançando um grau elevado de satisfação no atendimento. Através do que nos mostra os dados obtidos na pesquisa, fica evidenciado que o atendimento é considerado satisfatório. Em relação a fidelização da clientela, sabemos que temos que ter bastante atenção. Não é tarefa fácil, porém, depende unicamente dos nossos esforços em oferecer produtos e serviços com qualidade superior otimizando resultados de vendas e melhorando as nossas relações com a clientela.

Gráfico 4.5.5. Demonstrativo da averiguação feita sobre a qualidade do atendimento e os motivos da fidelidade



Analisando o mercado consumidor das empresas em estudo com respeito à forma que você é lembrado pelas empresas e onde você obteve informações sobre a empresa verificou-se:

No C. V. para os clientes que afirmaram que em seu aniversário são lembrados, pela empresa constatou-se que 20% (n=20) afirmaram que através dos anúncios da TV obtêm-se informações sobre a empresa; semelhantemente os mesmos índices assinalaram que por intermédio de amigos obtêm-se referências sobre as empresas. Para os que disseram que quando o lançamento de promoções é lembrado pela empresa, detectou-se que 30% (n=30) afirmaram que os anúncios da TV são meios eficazes de se obter informações sobre as

empresas, 10% (n=10) declararam que através dos amigos consegue-se informações das empresas. Quanto aos que declararam que uma das formas da empresa lembrar dos seus consumidores é quanto à comunicação do lançamento de novos produtos observou-se que 10% (n=10) sinalizaram os anúncios da TV como meio de adquirir informações das melhores empresas. Há ainda outros meios pelos quais a empresa recorda-se de seus clientes, para este item observou-se 5% (n=5) afirmaram que os anúncios da TV são eficientes quanto às informações repassadas aos consumidores, coincidentemente os mesmos percentuais assinalaram que através de amigos pode-se obter as mesmas informações.

No P. S. J. para os que afirmaram que através do lançamento de promoções são lembrados pela empresa, verificou 5% (n=5) disseram por intermédio de amigos consegue-se as informações básicas sobre as empresas. Para os que responderam que quando do lançamento de novos produtos são reconhecidos pela empresa, observou-se 5% (n=5) declaram que os anúncios de TV são válidos no que tange referências das empresas; 80% (n=80) enfatizaram que os amigos prestam as informações necessárias sobre as empresas. Há aqueles que assinalaram outras como forma de ser lembrados pela empresa os quais afirmaram que por meio dos amigos obtém informações sobre as empresas o que correspondem a 10% (n=10).

No A. F. quanto à forma de como você é lembrado pela empresa para o que assinalaram a opção lançamento de promoção verificou-se 15% (n=15) assinalaram a opção outdoor como meio de adquirir informações das empresas, semelhantemente o mesmo percentual igualou-se para o item amigos. Quanto aos que declararam que lançamento de novos produtos é uma das formas da empresa lembrar do consumidor, observou-se que 10% (n=10) sinalizaram que os anúncios de TV são meios pelos quais obtém-se referências sobre as empresas e os mesmos números e percentuais indicaram a opção amigos; 50% (n=50) informaram que o outdoor; é um dos meios seguros e eficazes de obtenção de informações das empresa.

Tabela 4.5.6. Checagem dos meios de relacionamento empresa cliente

Onde você obteve informações sobre a empresa?	De que forma você é lembrado pela empresa?							
	Na data do seu aniversário		Lançamento de promoções		Lançamento de novos produtos		Outros	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.								
Anúncios de jornais e revistas	-	-	-	-	-	-	-	-
Anúncios de TV	20	20	30	30	10	10	5	5
Outdoor	-	-	-	-	-	-	-	-
Amigos	20	20	10	10	-	-	5	5
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%			
Empresa P. S. J.								
Anúncios de jornais e revistas	-	-	-	-	-	-	-	-
Anúncios de TV	-	-	-	-	5	5	-	-
Outdoor	-	-	-	-	-	-	-	-
Amigos	-	-	5	5	80	80	10	10
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%			
Empresa A. F.								
Anúncios de jornais e revistas	-	-	-	-	-	-	-	-
Anúncios de TV	-	-	-	-	10	10	-	-
Outdoor	-	-	15	15	50	50	-	-
Amigos	-	-	15	15	10	10	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%			

A propaganda é a “alma” do negócio, as empresas devem procurar constantemente meios de divulgar seus produtos e serviços da melhor forma possível, de modo que atinja os consumidores e faça com que os mesmos procurem a organização para aquisição dos seus produtos e serviços, é importante também que as instituições mantenham sempre contato com seus clientes, lembrando-os da preocupação que elas têm quanto a sua satisfação.

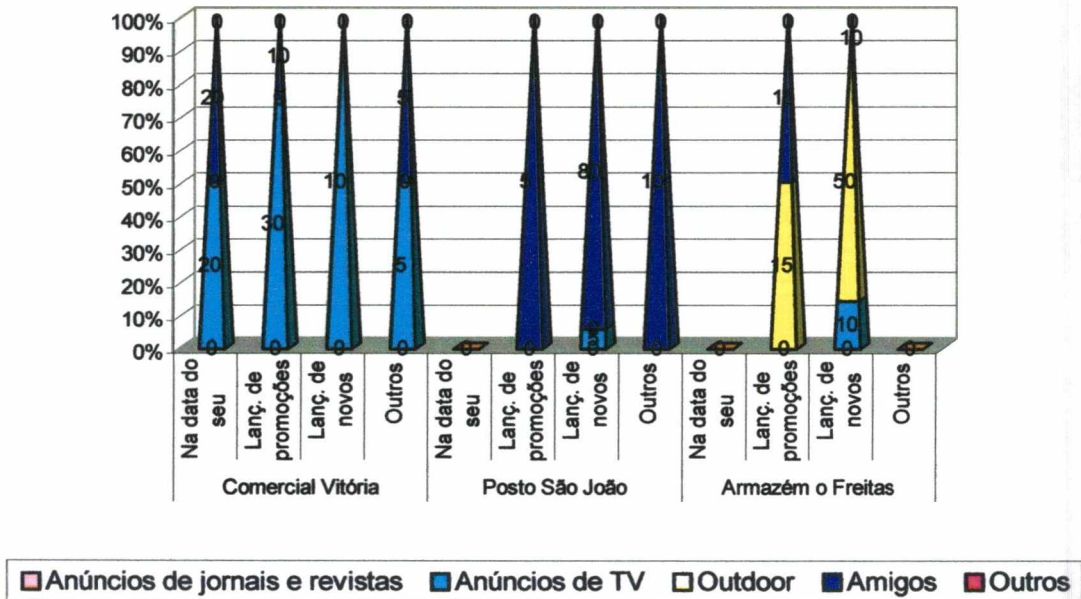
Por meio desse cruzamento pretendemos analisar se o cliente vem sendo lembrado

pela empresa, e se o mesmo considera importante que haja um contato para manter um relacionamento transparente, possibilitando maior aceitação dos produtos e a permanência da empresa na tentativa de superar seus concorrentes, através de informações precisas, onde o consumidor possa sentir total confiabilidade.

Ao fazermos a comparação entre as empresas pesquisadas, observamos que a divulgação dessas se faz através de vários meios de comunicação, no C. V. os clientes observaram os anúncios feitos na TV, com percentual de 65% (n=65), no P. S. J. sua comunicação é feita através de amigos, com 95% (n=95) da sua divulgação sendo veiculada na base da amizade, já no A. F. suas informações são obtidas através de outdoor, igual ao percentual da primeira empresa. Quanto a forma de como você é lembrado pela organização, tivemos opiniões diferentes, a primeira lembra-se na data do aniversário e lançamento de promoções, com os índices de 40% (n=40) cada, já a segunda e terceira empresas costumam lembrar dos seus clientes no lançamento de novos produtos, com percentuais de 85% (n=85) e 70% (n=70) respectivamente.

Portanto, é esperado que as empresas assumam um comportamento responsável e efetivem sua permanência e sobrevivência no mercado. Em um ambiente onde a concorrência é sempre acirrada, é constante a preocupação das empresas em adotar metodologias de trabalho que respeitem ao máximo a preferência e as alternativas de escolha do consumidor. A perfeita adequação dessas metodologias e mais melhorias, passa a ser mais efetiva no momento que as empresas aplicam técnicas que favorecem a satisfação dos clientes, tornando decisões conclusivas, valorizando o capital humano, criando e dando incentivos às condições para qualificação do pessoal, que uma vez passando por treinamentos específicos, terão maior capacitação profissional e elevarão o nível de informação fornecidas aos clientes para melhorar o relacionamento com os funcionários e aumentando a confiabilidade destes sobre os préstimos das empresas. As firmas em estudo poderão mensurar as necessidades dos clientes para subsidiar e apresentar alternativas compatíveis.

4.5.6. Demonstrativo dos meios de relacionamento empresa cliente



Observando os dados extraídos do cruzamento qual o grau de satisfação em relação ao atendimento e qual a atitude da empresa sobre o aspecto reclamações e sugestões de seus clientes, obtivemos as seguintes informações:

Na empresa C. V. no que se refere um bom atendimento 40% (n=40) sinalizaram como sendo prestativo a atitude sobre as advertências e sugestões dadas pelo cliente, 20% (n=20) disseram que quando a reclamação por parte dos mesmos tem-se uma preocupação em dar atenção para ser resolvido o acontecido onde 15% (n=15) declararam que a empresa resiste ao fato. Para aqueles consumidores que sinalizaram o atendimento como regular observou-se que 5% (n=5) disseram ser atenciosos a atitude sobre o aspecto atencioso, 10% (n=10) coincidindo como dando retorno e não dando uma atenção ao acontecido.

No P. S. J. para aqueles que afirmaram como estando no patamar bom o grau de satisfação no que se refere o atendimento prestado a seu consumidor 60% (n=60) disseram estando pronta a servir a atitude com relação as sugestões e reclamações de seus clientes, 20%

(n=20) opinaram em resistir ao fato, tendo uma discrepância sobre a qualidade no atendimento como estando no patamar ótimo, fornecendo em especial uma atenção merecida ao seu consumidor.

Na firma A. F. para os funcionários que opinaram como sendo bom o atendimento prestado aos seus clientes 85% (n=85) disseram ser atenciosos, restando 15% afirmando como apenas resistir ao fato.

Tabela 4.5.7. Avaliação do grau de satisfação do atendimento e quais as atitudes das empresas com respeito as opiniões do consumidor

Qual a atitude da empresa com relação as suas reclamações e sugestões?	Qual o seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento?									
	Bom		Regular		Ruim		Ótimo		Outros	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.										
Atencioso	40	40	5	5	-	-	-	-	-	-
Dá retorno	20	20	10	10	-	-	-	-	-	-
Não dá retorno	-	-	10	10	-	-	-	-	-	-
Resiste ao fato	15	15	-	-	-	-	-	-	-	-
É imparcial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%					
Empresa P. S. J.										
Atencioso	60	60	-	-	-	-	20	20	-	-
Dá retorno	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não dá retorno	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resiste ao fato	20	20	-	-	-	-	-	-	-	-
É imparcial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%					
Empresa A. F.										
Atencioso	85	85	-	-	-	-	-	-	-	-
Dá retorno	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não dá retorno	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resiste ao fato	15	15	-	-	-	-	-	-	-	-
É imparcial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%					

O homem é um ser crítico, porém não gosta de ser criticado.

A análise realizada entre as empresas no que respeita o grau de satisfação, em relação ao atendimento e qual a atitude da empresa com relação às reclamações e sugestões, objetiva obter informações se as reclamações e sugestões estão sendo cadastradas para uma posterior resolução e para também saber qualitativamente como está a satisfação do cliente em relação ao atendimento, depois dos dados coletados eles nos mostrarão estatisticamente cada situação apontada. Com isso mostraremos aos empresários que para evitar possíveis reclamações e aceitar sugestões é necessário que haja um acompanhamento rigoroso por parte dos gerentes para que estes estabeleçam o controle sobre as ações desenvolvidas pelos participantes, livrando sua empresa de constrangimentos futuros.

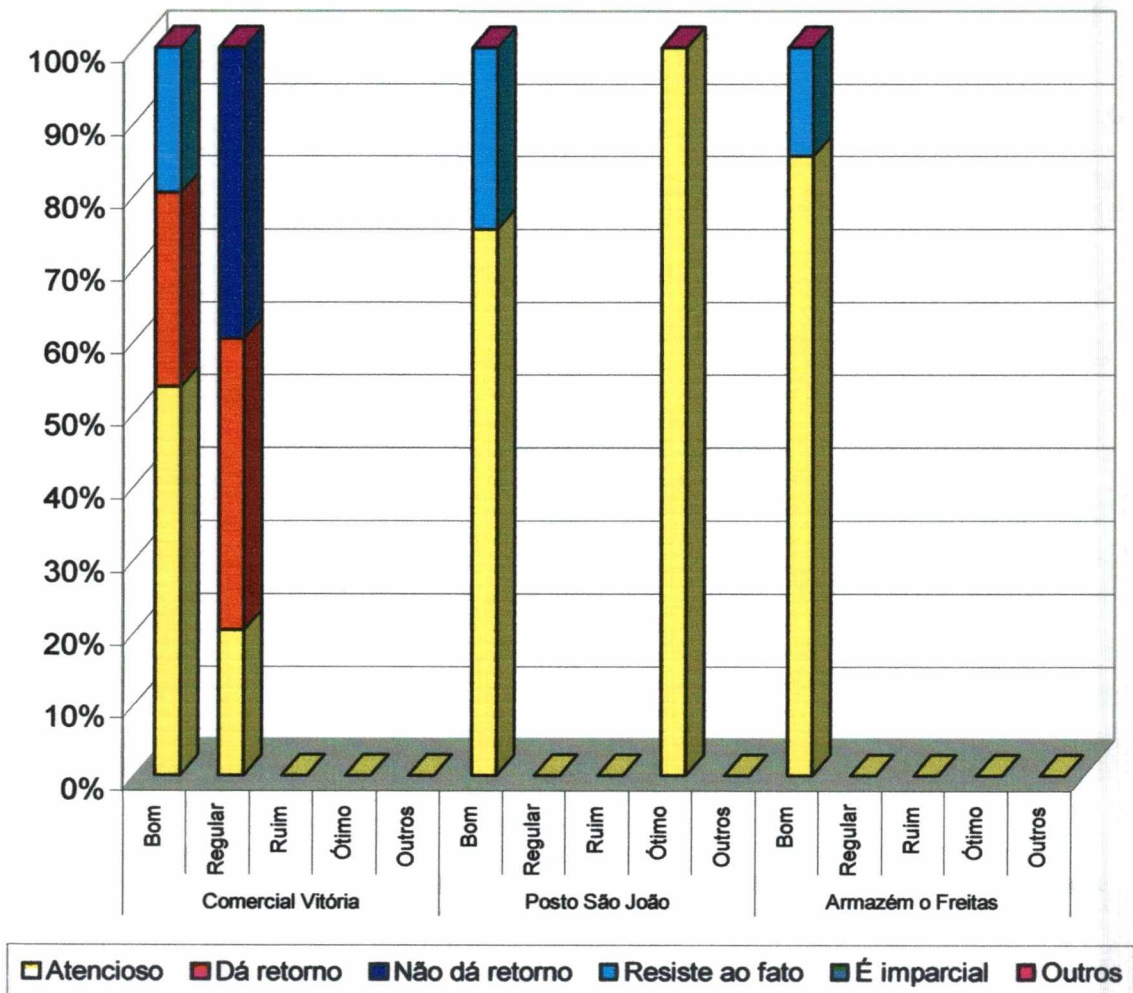
Ouvindo atentamente o que o consumidor pensa dos produtos e serviços, acreditamos que é a maneira infalível de superar a concorrência, mantendo a empresa no mercado e tornando-a permanentemente competitiva.

Ao compararmos os dados qualitativos da satisfação dos nossos clientes encontramos os seguintes dados, as empresas C. V., P. S. J. e A. F. concordam que possuem um bom grau de atendimento, segundo os seus clientes, com percentuais de 75% (n=75), 80% (n=80) e 100% (n=100) respectivamente, acordam também que as organizações adotam como atitude a atenciosidade com 45% (n=45) para o C. V., sendo o menor índice registrado, já o P. S. J. e o A. F. os seus indicadores são de 80% (n=80) para a primeira e 85% (n=85) para a segunda.

Chegamos a conclusão de que as empresas estudadas estão conseguindo cumprir seus papéis, ou seja, oferecendo produtos e serviços com qualidade superior, visto que a satisfação do consumidor está sendo conquistada, como mostram os dados acima. Enfatizamos ainda que os clientes são tratados e ouvidos com muita atenção, suas reclamações e sugestões são aceitas e atendidas na medida do possível. As organizações pesquisadas sabem reconhecer a importância dos consumidores e asseguram que deles

depende o sucesso das mesmas. Essas atitudes os deixam em vantagens com relação à concorrência, por se tratar de reconhecimento justo porque os clientes, ao demonstrarem suas preferências, facilitam a aceitação dos produtos e serviços ou a modificação de critérios utilizados para ajustar suas ofertas à demanda cada vez mais crescente e exigente. Por isso, entendemos que por meio desta conclusão se pode ter uma noção mais exata sobre a satisfação do consumidor, que deve ser encarada como fator determinante para a perpetuação das empresas no mercado e para o pleno entendimento entre organizações, participantes e consumidores que podem seguramente, vangloriar-se dos seus alcances e das suas conquistas.

Gráfico 4.5.7. Demonstrativo da avaliação sobre como agem as empresas com respeito as opiniões dos clientes e a satisfação sobre o atendimento



Examinando o universo consumidor das empresas em estudo sob o aspecto quais os fatores dessa fidelidade? E você se considera um cliente exigente por qual fator? Constatou-se:

No **C. V.** para os que assinaram atendimento flexibilizado com fator de fidelização da clientela observou-se 5% (n=5) disseram que a qualidade torna o cliente exigente por serviços e produtos que satisfaça nos desejos e necessidades os índices e percentual assemelham-se para o item bom atendimento. Quanto aos que afirmaram que a confiança nos produtos contribui para a fidelidade dos consumidores verificou-se 20% (n=20) sinalizaram que o consumidor é exigente no que se refere a oferta de produtos com qualidade semelhantemente os mesmos percentuais optaram para o quesito bom atendimento; 10% (n=10) afirmaram que se considera exigente; quanto ao item bons serviços coincidentemente os mesmos números para o quesito produtos. Para os que sinalizaram serviços de qualidade um dos fatores que contribui para a fidelização constatou-se 10% (n=10) declararam que tornam-se exigentes pelo fator qualidade igualando-se o mesmo indicativo para o item bom atendimento; 5% (n=5) afirmaram que bons serviços torna o cliente exigente, identificando iguais números para o quesito produtos, que certamente é decisivo para qualquer pesquisa realizada sobre o mercado, haja vista que é nos produtos que as empresas confiam.

No **P. S. J.** quanto aos que declararam que a confiança nos produtos contribui para a fidelidade observou-se que as respostas em sua maioria foi para o item qualidade como fator que torna o cliente mais exigente que corresponde a 60% (n=60); um bom atendimento também é um dos itens que torna o cliente mais exigente, o que equivale a 10% (n=10); produtos de qualidade não poderia deixar de ser mencionado como fator que influencia na exigência da clientela. Para aqueles que afirmaram que a fidelidade se atribui a serviços de qualidade verificou-se 10% (n=10) declararam que qualidade é um fator preponderante para o sucesso da organização, tornando o cliente mais exigente; 5% (n=5) assinalaram o item bom atendimento com um dos fatores que os torna exigentes.

Na empresa A. F. para os clientes que afirmaram que a confiança nos produtos é um dos fatores que contribui para a fidelização observou-se que 85% (n=85) declaram que consideram-se exigentes pelo fator qualidade; 15% (n=15) assinalaram tornam-se mais satisfeitos com a oferta de produtos que supram seus desejos e necessidades.

Tabela 4.5.8. Os fatores e motivos que levam os consumidores a serem exigentes e fidelizarem-se a empresa

Você se considera um cliente exigente por qual fator?	Quais os fatores dessa fidelidade?							
	Atendimento flexibilizado		Confiança nos produtos		Serviços de qualidade		Outros	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Empresa C. V.								
Qualidade	5	5	20	20	10	10	-	-
Bom atendimento	5	5	20	20	10	10	-	-
Bons serviços	-	-	10	10	5	5	-	-
Produtos	-	-	10	10	5	5	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%			
Empresa P. S. J.								
Qualidade	-	-	60	60	10	10	-	-
Bom atendimento	-	-	10	10	5	5	-	-
Bons serviços	-	-	-	-	-	-	-	-
Produtos	-	-	15	15	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%			
Empresa A. F.								
Qualidade	-	-	85	85	-	-	-	-
Bom atendimento	-	-	-	-	-	-	-	-
Bons serviços	-	-	-	-	-	-	-	-
Produtos	-	-	15	15	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Clientes	100				100%			

Uma das maiores dificuldades que as empresas enfrentam é conseguir fidelizar a clientela, pois cada dia que passa esses ficam ainda mais exigentes.

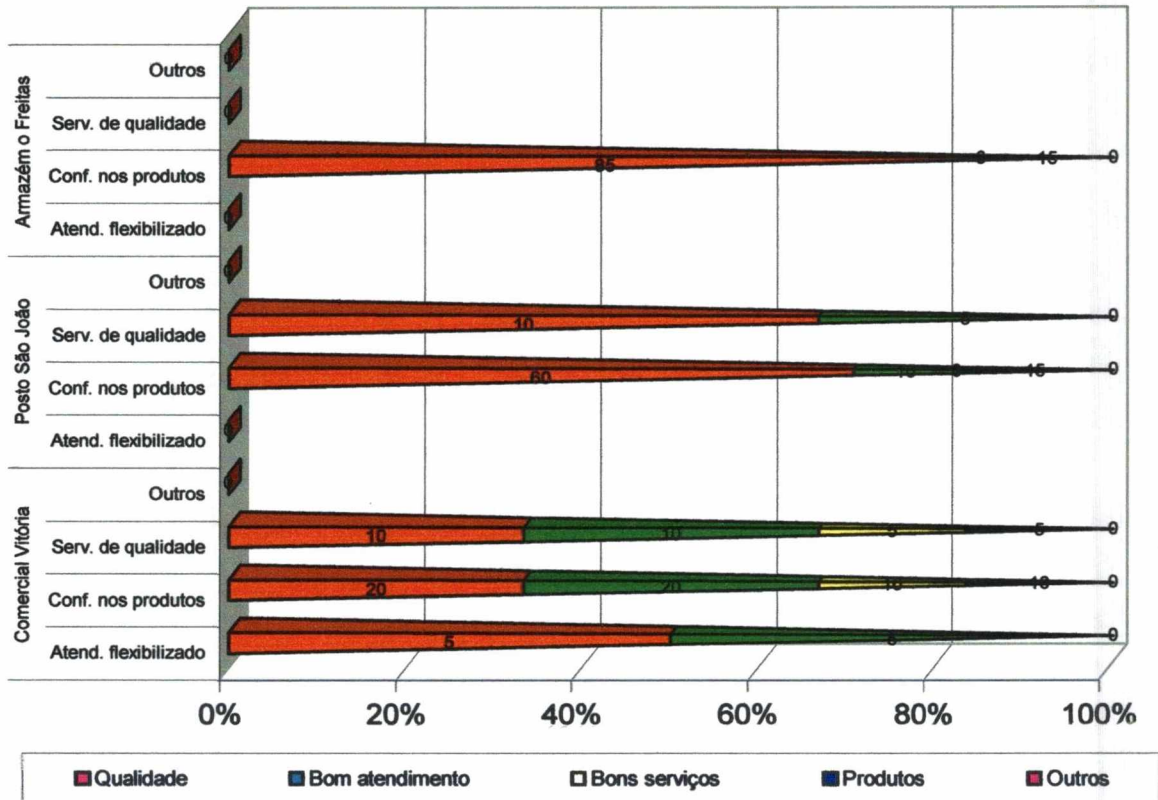
O acompanhamento das mudanças e a procura constante pelo oferecimento de produtos e a prestação de serviços com a qualidade superior, levam os consumidores a

visitarem as instituições, e na maioria das vezes há a possibilidade de fidelização, se a organização se comprometer em dar continuidade a esse processo. Esse cruzamento pretende investigar como as exigências da clientela pode influenciar na fidelização, visto que no momento em que os empresários tomarem conhecimento dessas exigências, podem trabalhar em cima delas, conseguindo subsídios suficientes para satisfazer e conquistar a fidelização dos consumidores.

Ao compararmos os dados obtidos, constatamos que as três organizações estudadas atribuem a confiança nos produtos como principal fator da fidelidade de seus clientes, com 60% (n=60) no C. V., sendo menor percentual, 85% (n=85) no P. S. J. e 100% (n=100) no A. F., sendo o maior índice. A qualidade e o bom atendimento são fatores de exigências dos clientes na primeira empresa, com percentuais coincidentes de 35% (n=35) cada, já na segunda firma os clientes atribuem como exigência à qualidade, com 75% (n=75), com a mesma opinião quanto à exigência os clientes afirmam com índice de 85% (n=85) na terceira organização.

Podemos concluir que os usuários dos serviços prestados pelas empresas atualmente tornaram-se mais exigentes na busca por produtos com qualidade superior. Os empresários que não aplicarem técnicas que priorizem ao máximo o consumidor. Enquanto a concorrência o faz, seguramente estarão perdendo mercado. Notabilizamos que quanto mais as organizações se flexibilizem com relação as exigências do usuário, mais aumentam suas chances de superar os seus concorrentes. Automaticamente, qualquer cliente que se sinta satisfeito com os preços aplicados e com a qualidade é oferecida, afirmativamente, este cliente passará a ser potencialmente fidelizado. Concluimos, também, que à medida que a empresa da prioridade ao consumidor, sobre tudo no que respeita a maneira de tratá-lo, no momento da compra, fatalmente facilitará a recomendação a outros consumidores e, conseqüentemente, fortalecerá e fidelizará a clientela que deve ser a prioridade de todo empresário preocupado em suprir as necessidades do consumidor.

Gráfico 4.5.8. Amostragem dos fatores de exigência e motivos da fidelidade



Estado civil: dos funcionários do C. V. 57,1 (n=4) são casados e 42,8 (n=8) são solteiros. No P. S. J. 33,3% (n=2) são solteiros e no A. F., 52,4% (n=11) casados, 42,8% (n=9) solteiros e 4,8% (n=1) separados.

Em que empresa você trabalha? 100% coincidem para as 3 empresas.

Possui filhos? 71,5% dos funcionários do C. V. afirmam que sim e 28,5% dizem não. No P. S. J. 33,3% asseguram que sim e 66,7% não e ainda no A. F., 61,9% responderam sim e 38,1% não.

Qual sua função?

Gosta de sua atual função? Em todas as empresas 100% afirmam que gostam de sua função.

Você gosta de trabalhar em equipe? Os funcionários das 3 empresas afirmam em 100% que sim.

Seu líder é um motivador quanto a seus funcionários? Nas empresas C. V. e A. F., 100% dos funcionários dizem sim e somente no P. S. J. 83,3% dizem sim e 16,7% não.

Você está satisfeito com o seu líder? Nas 3 empresas o resultado foi 100%.

No seu ponto de vista, a empresa precisa de funcionários motivados? Dos questionários do C. V. obtivemos 85,7% no sim e 14,3% no não, coincidindo em 100% as empresas C. V. e A. F. para o sim.

Se negativo, sugira 3 opções de como deveria ser:

A empresa costuma observar se o funcionário está satisfeito? Dos funcionários do C. V., 87,7 dizem sim e 14,3% não. No P. S. J. 83,3% pro sim e 16,7% pro não, e ainda no A. F. 100% dizem sim.

Sua empresa estimula, desenvolve e valoriza seus conhecimentos? Nas 3 empresas encontramos 100% para o sim.

A empresa costuma avaliar seu desempenho? Nas empresas C. V. e A. F., 100% dos funcionários dizem sim, já no P. S. J. 83,3% responderam sim e 16,7% não.

Você é comunicado sobre os resultados dessas avaliações? No C. V., 85,7% asseguram que sim e 14,3% não. No P. S. J., 83,3% responderam sim e 16,7% não e no A. F. 100% afirmam que sim.

Sua empresa costuma atingir suas metas? Em todas as empresas houve coincidência de porcentagens em 100%.

Sua empresa motiva os funcionários a buscar serviços de qualidade? As empresas C. V. e P. S. J. coincidem em 100% para o sim e o A. F. tem resultados com 95,2% pro sim e 7,8% pro não.

Os funcionários de sua empresa são unidos? Duas dessas empresas que são o C. V. e o A. F. tiveram 100% de seus funcionários respondendo sim e o P. S. J. obteve discordância

com 85,7% para o sim e 14,3% pro não.

Caso afirmativo, diga por qual motivo. No C. V. 83,3% responderam para alcançar objetivos e 16,7 pela carreira. No P. S. J., 71,4% para alcançar objetivos e 28,6% pela realização profissional. No A. F. temos 57,1% para alcançar objetivos, 4,8% pela realização profissional e 38,1% para vencer a concorrência.

A empresa costuma fazer eventos comemorativos para motivá-los? 100% dos funcionários das 3 empresas afirmam que sim.

Você participa de mais eventos? Diante dos resultados a empresa C. V. deve 66,8% para sim e 33,3% apontando pro não, no P. S. J. 85,7% sim e 14,3% não e no A. F., 81,0% pro sim e 19,0% responderam não.

Em caso de bom, você dá total importância a esses eventos? Dos 50,0% do C. V. todos responderam sim e as outras 2 empresas tiveram 100% no sim.

Você acha que o ambiente de trabalho é propício para que suas funções sejam melhor realizadas? Houve coincidência nas três empresas, em 100%.

Você acha a estrutura física de sua empresa adequada? 100% dos funcionários das 3 empresas indicaram sim.

Você acha que um ambiente físico bem estruturado eleva o astral dos participantes? Coincidiram as 3 empresas em 100% para o sim.

Sua empresa está preparada para a concorrência? As 3 empresas obtiveram os mesmos resultados, igual a 100%.

Caso negativo, o que fazer para melhorar? Este quesito não tem opções escolhidas, pois todos marcaram sim no anterior.

Sua empresa costuma fazer pesquisa de mercado para acompanhar os concorrentes? Os 100% das 3 empresas asseguraram que sim.

Sua empresa costuma planejar suas ações? Todas as empresas responderam sim, totalizando 100%.

Caso afirmativo, qual a periodicidade desse planejamento? 100% dos funcionários do C. V. afirmaram que bimestral, já os do P. S. J. 100% disseram semanalmente e o A. F., 4,8% responderam mensal e 95,2% outros.

Como é feito este planejamento? No C. V. 50% disseram ser através de reuniões, 16,7% convocando todas as equipes e 33,3% outros. No P. S. J. 100% responderam baseados em dados externos e no A. F. 71,4% através de dados externos, 4,8% através de reuniões e 23,8% convocando todas as equipes.

Você acredita que o comprometimento do funcionário depende do salário que recebe? As 3 empresas tem funcionários com opiniões diferentes, sendo que o C. V. 83,3% disseram sim e 16,7% não, no P. S. J. 42,8% sim e 57,2% não e no A. F. 85,7% responderam sim e 14,3% não.

Você acha sua empresa paga salários adequadamente? As empresas C. V. e A. F. coincidiram em 100% e o P. S. J. teve 85,7% sim e 14,3% não.

A sua empresa costuma recompensar os funcionários quando as metas são alcançadas? 100% dos funcionários disseram no C. V. 85,7% do P. S. J. responderam sim e 14,3% não e no A. F. 100% afirmam que recebem recompensa.

Você acha que a empresa que paga em dia seus funcionários tem maior rendimento? As 3 empresas indicam 100% no sim.

Você costuma reivindicar melhores salários da empresa? No C. V. 100% dos funcionários disseram sim, no P. S. J., 28,5% responderam sim e 71,5% não e no A. F. 4,8% afirmaram sim e 95,2% não.

Você está satisfeito com o seu salário? Dos funcionários do C. V. 66,7% responderam sim e 33,3% não e coincidindo as outras duas empresas em 100% no sim.

Seu salário é condizente com sua função? 100% dos funcionários das 3 empresas disseram sim.

Você acha que pode haver conflitos entre funcionários por causa de salários? Das

empresas C. V. e A. F. não, um total de 100%, já no P. S. J. 71,5% acharam que sim e 28,5% que não.

Você sugere meditar para melhorar os salários? 100% dos funcionários do C. V. e A. F. disseram que sim e no P. S. J. 57,1% afirmam que sim e 42,9% asseguram que não.

Sexo: no C. V. 36% (n=36) são do sexo masculino e 64% (n=64) feminino. No P. S. J. 40% (n=4) são masculinos e 60% (n=60) e no Armazém o Feitas, 52% (n=52) do masculino e 48% (n=48) do feminino.

Faixa etária: dos clientes do C. V. 4% (n=4) tem até 20 anos, 52% (n=52) de 21 a 30 anos, 24% (n=24) de 31 a 40 anos, 85 (n=8) de 41 a 50 anos e 12% (n=12) acima de 50 anos. No P. S. J. coincidem a percentagem em 20% (n=20) para até 20 anos, de 21 a 30 anos e acima de 50 anos, 32% (n=32) de 31 a 40 anos e 8% (n=8) de 41 a 50 anos. No A. F. 20% (n=20) até 20 anos, 40% (n=40) de 21 a 30 anos, 28% (n=28) de 41 a 50 anos e 4% acima de 50 anos.

Estado civil: Tanto na empresa C. V. como no P. S. J. os percentuais são iguais em 44% para casados, 4% são divorciados no C. V., 48% (n=48) são solteiros coincidindo para C. V. e P. S. J. e também 4% (n=4) para viúvo nas duas empresas citadas. No A. F., 68% (n=68) são casados, 28% (n=28) solteiros e 4% (n=4) viúvos.

Grau de instrução: no C. V., 4% (n=4) de seus clientes possuem o 1º Grau completo, 28% (n=28) o 2º Grau incompleto, 64% (n=64) o 2º Grau completo e 4% (n=4) o 3º Grau completo. Na empresa P. S. J. 44% (n=44) não possuem o 1º Grau completo, 24% (n=24) concluíram o 1º Grau, 12% (n=12) tem o 2º Grau incompleto, 20% (n=20) possuem o 2º Grau completo e ainda, no A. F. 24% (n=24) com o 1º Grau incompleto, 20% (n=20) coincidem em 1º Grau completo e 2º Grau completo, 32% (n=32) o 2º Grau incompleto e 4% (n=4) o 3º Grau incompleto.

A empresa que lhe presta serviços tem 32% (n=32), dos clientes do C. V. afirmam que tem bons produtos, 8% (n=8) dizem entregar no prazo, 16% (n=16) serviços eficientes e

44% (n=44) qualidade no atendimento. Já no P. S. J. 88% (n=88) votara em bons produtos, 4% (n=4) em serviços eficientes e 8% (n=8) dizem entregar no prazo, 16% serviços eficientes e 44% qualidade no atendimento. Já no P. S. J. 88% (n=88) votaram em bons produtos, 4% (n=4) em serviços eficientes e 8% (n=8) qualidade no atendimento e no A. F. não teve percentuais.

Com que frequência você utiliza o serviço dessa empresa? Somente os clientes do P. S. J. responderam, sendo que 64% (n=64) em mensal e 36% (n=36) em outros, o C. V. e o A. F. coincidem em 100% (n=1) no sim.

A certificação de qualidade é fator determinante para você na hora da compra: Nas 3 empresas C. V., P. S. J. e A. F. coincidem em 100% (n=100) no sim.

Enumere pela ordem de sua preferência os fatores que contribuem decisivamente a empresa que executará seus serviços: 48% (n=48) preferem o atendimento, 44% (n=44) qualidade, 4% (n=4) coincidem em preços e outros, no C. V.. No P. S. J. 44% (n=44) dizem atendimento e 56% (n=56) preços. Já no A. F., 60% (n=60) responderam atendimento e 40% (n=40) qualidade.

Você é fiel à empresa que lhes oferece melhores condições de trabalho? Os percentuais dos clientes do C. V. foi 92% (n=92) no sim e 8% (n=8) no não e o P. S. J. e A. F. coincidem em 100% (n=100) no sim.

Em caso afirmativo, por quê? No C. V., 52% (n=52) dizem dinamizar o atendimento, 4% (n=4) dispensa intermediário, 8% (n=8) coincidem em maior comodidade e agilidade no atendimento, totalizando 72% (n=72) devido as afirmativas do quesito anterior. No P. S. J. 8% (n=8) acham dinamiza o atendimento, 72% (n=72) maior comodidade e 20% (n=20) agilidade no atendimento. E no A. F. 8% (n=8) dinamiza o atendimento, 12% (n=12) dispensa intermediário, 60% (n=60) maior comodidade e 20% (n=20) agilidade no atendimento.

Você já participou de pesquisa sobre o nosso atendimento? Diante dos resultados,

no C. V. 12% (n=12) dizem sim e 88% (n=88) não. Já no P. S. J. e A. F., 100% (n=100) dos clientes afirmam que sim.

Em caso positivo, qual a periodicidade? 12% (n=12) dizem somente uma vez no C. V., coincidindo em 4% (n=40) os clientes do P. S. J. dizem raramente e somente 1 vez, 12% (n=12) dizem constantemente 8% (n=8) outros e no A. F., 8% (n=8) respondem constantemente, 12% (n=12) raramente e 80% (n=80) somente 1 vez.

Um bom funcionário faz-se através de: na empresa C. V. 52% (n=52) de seus clientes acham que através de treinamentos constantes, 8% (n=8) por bom humor, 12% (n=12) experiência no cargo, 4% (n=4) boa remuneração e 24% (n=24) qualificação profissional. No P. S. J., coincidindo em 4% (n=4) para treinamentos constantes e bom humor, 24% (n=24) experiência no cargo, 8% (n=8) em boa remuneração e 60% (n=60) qualificação profissional e ainda no A. F., 48% (n=48) dizem experiência no cargo e 52% (n=52) qualificação profissional.

Os funcionários da empresa são prestativos: mediante tabulação, percebemos que no C. V. 88% (n=88) dizem sim e 12% (n=12) às vezes, no P. S. J. 100% (n=100) acham que sim e no A. F., 80% (n=80) responderam sim e 20% (n=20) às vezes.

Você já se sentiu discriminado ao ser atendido? 96% (n=96) dizem não no C. V. e 40% (n=4) afirmam sim, 100% (n=100) coincidem em não no P. S. J. e A. F..

Caso positivo, especifique por quem: somente no C. V. houve percentual de discriminação, 4% (n=4) afirmam serem responsáveis os funcionários.

Após um atendimento indevido, você reivindicou seus direitos? Só o C. V. respondeu, 8% (n=8) dizem sim e 92% (n=92) asseguram que não.

Caso positivo, responda: a solução tomada foi: como no C. V. aconteceu os 8% (n=8) responderam outros.

A empresa demonstra preocupação com sua satisfação em relação os produtos e serviços prestados? No C. V., 92% (n=92) dizem sim e 8% (n=8) não e no P. S. J. e A. F.

coincidem em 100% (n=100) no sim.

Você já recebeu ou recebe atendimento diferenciado? 36% (n=36) responderam sim e 64% (n=64) não, no C. V. 20% (n=20) afirmam sim e 80% (n=80) não no P. S. J. e 100% (n=100) do A. F. dizem sim.

A empresa lhe comunica quando há lançamento de novos produtos ou serviços prestados? No C. V. 44% (n=44) dos clientes asseguram que sim e 48% (n=48) dizem não e 8% (n=8) responderam às vezes. Já no P. S. J. e no A. F. coincidem em 100% (n=100) na alternativa sim.

Você confia nos canais de atendimento alternativos oferecidos pela empresa? De acordo com a tabulação, no C. V. 88% (n=88) responderam que confiam nos canais e 12% (n=12) não confiam. No P. S. J., 96% (n=96) dizem sim e 4% (n=4) não e no A. F., 100% (n=100) confiam.

Os funcionários da empresa são qualificados? Os percentuais das empresas foram C. V. com 68% (n=68) sim e 32% (n=32) o suficiente, P. S. J. com 100% (n=100) sim e A. F. com 88% (n=88) sim e 12% (n=12) o suficiente.

Na sua opinião, cliente satisfeito é cliente fiel? No C. V. 92% (n=92) dos clientes asseguram que sim e 8% (n=8) dizem não, no P. S. J. e A. F. coincidem em 100% (n=100) dos clientes respondendo sim.

Você é fiel a esta empresa? Dentre os clientes do C. V., 72% afirmam que sim e 28% não e os clientes do P. S. J. e A. F. asseguram que são 100% (n=100) fiéis.

Caso negativo, por quê? Como só no C. V. observa-se a negação à fidelidade, temos 4% (n=4) por preços altos, 8% (n=8) por recursos tecnológicos ultrapassados e 16% (n=16) por outros.

Relacione o atendimento desta empresa com outras empresas. No C. V. 8% (n=8) acham excelente, 24% (n=24) regular e 68% (n=68) que tem bom atendimento. No P. S. J. 28% (n=28) escolheram excelente e 72% (n=72) bom atendimento. Já no A. F. 24% (n=24)

opinaram por excelente, 8% (n=8) regular, 28% (n=28) péssimo e 40% (n=40) bom atendimento.

Recomenda a empresa a outras pessoas? 88% (n=88) dos clientes do C. V. dizem sim e somente 12% (n=12) não. Já os clientes do P. S. J. e A. F. afirmam em 100% (n=100) que sim.

Você gostaria que houvesse mais empresas nesta cidade? Os clientes do C. V. dizem num percentual de 92% (n=92) que sim, mas 8% (n=8) dizem não e nas empresas P. S. J. e A. F. 100% responderam que sim.

Caso afirmativo, por quê? Para os clientes do C. V. 28% (n=28) por aumentar a concorrência, 4% (n=4) baixar os preços, 24% (n=24) para dar mais opções, 4% (n=4) arrecadar mais impostos e 32% (n=32) por oferecer mais empregos. Já para o P. S. J. 35% (n=36) preferem por oferecer mais empregos. Já para o P. S. J., 36% (n=36) preferem por 4% (n=4) por arrecadar mais impostos e 60% (n=60) oferecer mais empregos e ainda no A. F. 72% (n=72) acham que daria mais opções e 28% (n=28) ofereceria mais empregos.

Caso negativo, por quê? O C. V. foi o único que respondeu que não gostaria de mais empresas na cidade, sendo 4% (n=4) por atrair marginais e 4% (n=4) compromete o meio ambiente.

Qual o ramo comercial mais escasso no seu município? Os clientes do C. V. responderam num percentual de 8% (n=8) dizendo supermercados, 4% (n=4) coincidem em farmácias, auto peças, atacado e outros e ainda 76% (n=76) floriculturas. No P. S. J., 28% (n=28) em postos de combustíveis, 60% (n=60) floriculturas e 12% (n=12) em atacado e no A. F. 20% (n=20) coincidem em Postos de combustíveis e farmácias e 60% (n=60) em floriculturas.

Qual o setor de prestação de serviços mais deficiente? Os clientes do C. V., 12% (n=12) coincidem em hospitalar e bancário, 8% (n=8) hoteleiro, 4% (n=4) coincidem em gráfico de cobranças. No P. S. J. 36% (n=36) em hospitalar, 4% (n=4) de cobranças e 60%

(n=60) dentário e no A. F., 40% (n=40) bancário, 4% (n=4) gráfico, 20% (n=20) coincidem em hospitalar e de cobranças e 16% (n=16) no dentário.

Do que você mais gosta na empresa? Através dos questionários dos clientes do C. V., vimos que 28% (n=28) preferem as promoções, 32% (n=32) o atendimento, 8% (n=8) coincidem em produtos, serviços e preços, 16% (n=28) atendimento, 20% (n=20) produtos, 32% (n=32) serviços e 4% (n=4) qualidade e o A. F. obteve 52% (n=52) por promoções, 20% (n=20) serviços e 28% (n=28) qualidade.

Você sentiu-se importante ao participar desta pesquisa para cooperar com os estudantes do Curso de Administração de Negócios? 100% (n=100) dos clientes das 3 empresas estudadas sentiram-se importantes.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSÃO

Depois de comprovarmos através de pesquisa participativa e da análise dos dados obtidos, e conferidos, e de buscar informações acerca das empresas investigadas. Depois de observarmos que as metas são perseguidas de maneira incansável e que existe total controle sobre as ações desenvolvidas. Após vários dias de investigação no interior das empresas que escolhemos para estudar, empreendendo grande esforço no sentido de conhecer melhor as entidades e suas preferências, somente após as primeiras impressões causadas dentro das organizações pesquisadas e detalhadamente descritas.

Após analisarmos o que existe no ambiente organizacional das empresas investigadas, depois de verificadas as técnicas empregadas por seus administradores, logo após a observação direta e depois de examinados os mais diversos aspectos da administração concernentes às entidades estudadas. Em seguida aos nossos trabalhos e depois de nos depararmos com inúmeras dificuldades. Depois de constatararmos que os proprietários das empresas ainda não estão habituados ao assédio de pessoas interessadas nos pormenores das suas organizações. Depois de aplicarmos os nossos questionários direcionados aos clientes, após ficarmos surpresos com o interesse demonstrado por pessoas que muitas vezes não tinham, sequer, um grau de escolaridade mediano.

Com base na análise das formas de liderança exercidas nas empresas e sua influência na motivação dos funcionários, podemos afirmar que as organizações vêm constantemente trabalhando sobre este aspecto, quando falamos na relação líder e liderados, enfatizamos que os empreendedores têm procurado priorizar essa interatividade. Sabendo que isso é uma forma de motivação, através desse bom relacionamento, observamos que o desempenho dos liderados torna-se mais satisfatório, levando em consideração que o trabalho

é feito em busca de um só propósito, a satisfação dos consumidores.

Levando em conta que tudo é resolvido em conjunto, e sem falar que a partir daí todos os resultados alcançados pelos liderados serão positivos, tornando menos complexas suas avaliações e, conseqüentemente, as recompensas oferecidas de acordo seu esforço, acrescentamos que as necessidades dos funcionários serão detectadas e solucionadas com mais eficiência, proporcionando uma boa harmonia, visto que a preocupação em manter os empregados sempre organizados será constante compreendendo desde o ambiente físico até o seu completo bem-estar.

Analisando como detectar o nível de motivação profissional dos funcionários visando o aumento das vendas, constatamos que o perfeito entendimento entre as equipes de trabalho, sem dúvidas, facilita o andamento das ações e auxilia as organizações a concretizar as metas desejadas, ressaltando que essa interação faz parte do processo de motivação, que juntamente com outros fatores analisados, estimula completamente os funcionários a oferecerem bons produtos e a prestarem serviços com qualidade superior.

Aquele funcionário que possui filhos sente-se mais motivado e comprometido com as metas da empresa em que trabalha, pois, tem sempre em mente que os filhos dependem do seu esforço para sobreviver. Ao passo que exercem suas funções por muito tempo, necessita de um líder inovador e criativo em suas idéias, renovando seus conhecimentos em função da competitividade, que em hipótese alguma, podem se tornar obsoletos, posto que nem só as máquinas podem ficar ultrapassadas, os conhecimentos também. A empresa que financia estudos, patrocina equipes no esporte, eleva a auto-estima dos seus participantes, demonstra total preocupação com o futuro e a reputação da organização, oferecendo melhorias em seu ambiente físico, proporcionando estímulos aos colaboradores.

Observando as diversas formas de planejamento existentes nas empresas investigadas, evidenciamos que nas empresas estudadas o planejamento vem sendo bem executado por seus administradores, e que há bastante envolvimento dos líderes que elogiam

seus liderados quando alcançam as metas. Outrossim, viu-se que os produtos que dispõem de informações, como prazo de validade, composição e ingredientes, e.t.c, são critérios decisivos para sua aquisição, destacamos ainda que o avanço da tecnologia tem sido acompanhado prioritariamente por estas empresas e que as reclamações e sugestões são processadas dentro de um ambiente agradável e com atendimento não menos importante.

Encontradas as informações sobre a procedência dos produtos, seu armazenamento sendo realizado com segurança, a utilização de recursos tecnológicos feita de maneira eficaz, e as tentativas de discussão das metas estimuladas, afirmamos que as organizações investigadas têm beneficiado plenamente o consumidor que está cada dia mais exigente. Todos esses fatores somados ratificam que a participação do líder na tomada de decisões é extremamente útil para o crescimento e a permanência das empresas em um mercado hiper-competitivo.

Com relação ao objetivo que comparou os planos de cargo de salário das empresas em estudo e seus reflexos na motivação dos funcionários, examinamos que com desempenho avaliado, os funcionários se tornam mais comprometidos com as causas das organizações, sobretudo, aquelas que através do líder priorizam a permanência dos funcionários que já atuam há bastante tempo, e que por isso nunca deixam de buscar o crescimento profissional.

Quando existe comprometimento, conseqüentemente, aumentam a criatividade e o desempenho. As recompensas que surgem pelo reconhecimento ao trabalho desenvolvido com êxito elevam a auto-estima do trabalhador, estimulam sua criatividade, seu poder de inovação, sua dedicação e ocasiona espontaneamente um bom relacionamento com o líder.

Ao verificarmos a contribuição do papel do líder no crescimento econômico das pequenas e médias empresas e sua repercussão na competitividade do mercado, asseguramos que nas empresas investigadas são valorizados os aspectos da discussão e da comunicação entre as equipes, visando melhorar o relacionamento dos liderados com seus líderes, a fim de

que possam oferecer aos clientes o que há de mais agradável dentro do ambiente organizacional, onde a qualidade está em primeiro plano e o mais importante, é aceitar as sugestões dadas pelos consumidores, bem como atender suas reclamações, garantindo-lhes comodidade e conforto.

As empresas realizam pesquisas para acompanharem as mudanças e as tendências ocorridas no mercado, por isso, buscam constante aperfeiçoamento das técnicas empregadas no dia-a-dia, uma vez que o grau de escolaridade dos moradores está aumentando e o consumidor se tornou muito mais exigente. Evidentemente que existindo por parte dos líderes melhor entendimento com a equipe de trabalho, por conseqüência, o consumidor ganha em qualidade, preço, atendimento e respeito, e as pequenas e médias empresas ganham porque se posicionam permanentemente à frente da concorrência.

O objetivo geral do presente estudo investigativo foi alcançado, observando que o grau de motivação é bastante enfatizado pelos proprietários de estabelecimentos onde as metas são discutidas periodicamente, e mesmo, naquelas que os participantes têm oportunidade de opinar sobre uma questão ou outra, vê-se que a base está situada na motivação dos seus funcionários.

Evidenciando a realização das ações nos empreendimentos, verificou-se a prática da liderança, ocasionando transformações, refletidas na qualidade e produtividade no segmento empresarial que cada instituição exerce, influenciando decisivamente na competitividade dentro das empresas, constatado pela preferência dos clientes e pela permanência no mercado. “Vivemos em um mundo de interdependência. As companhias dependem de profissionais motivados, que precisam delas para se realizar. (Você S/A, abril/2004, ed.70, pg.21).

No transcorrer das investigações aos estabelecimentos comerciais C. V., P.S.J.LTDA., e A. F., constatou-se a carência de um estudo mais detalhado sobre em que medida a motivação dentro das equipes de trabalho das organizações tem influenciado na

liderança empresarial direcionada ao crescimento das empresas, demonstrando igualdades, contradições, e a repercussão do nível de motivação dos funcionários.

Identificado o nível de motivação em cada organização, verificou-se através de critérios para avaliação, o grau de aceitação dos clientes internos e externos com respeito à técnicas motivacionais, obtendo-se otimização dos resultados, proporcionando afirmativa de que os empresários e suas instituições buscam vantagens competitivas na preparação dos participantes para serem bons líderes, visando motiva-los em superar os concorrentes, mantendo-os competitivos.

Entretanto nossa problemática focaliza a motivação dentro das equipes e sua influência na liderança empresarial, porque entendemos que é o alicerce para a manutenção do empreendimento no mercado, assim como, é o esteio para o pleno crescimento e aperfeiçoamento de técnicas administrativas e empresariais.

Verificou-se após as pesquisas, que a firma C. V., oferece bons produtos, e mantém boas relações com os usuários, enfatizando o respeito e a gentileza dispensados ao consumidor. Todavia, no P. S. J. LTDA., existe uma ligação entre funcionários e clientes, facilitando o relacionamento, identificando as preferências de cada um, favorecendo troca mutuamente benéfica. Porém, no A. F., Nota-se grande empenho dos funcionários em levar aos clientes comodidade, bom atendimento, ambiente agradável, conseqüentemente, fidelizando ao máximo a clientela com a oferta de produtos/serviços compatíveis com o que há de melhor no mercado.

Assinalando que os clientes internos e externos das organizações têm o dever de corrigir as ações de modo maleável, visando oferecer serviços excelentes, elevando os índices de competitividade.

Com o advento da globalização fez-se necessário enfatizar a relevância de utilizarmos técnicas de cunho motivacional para gerir negócios. Nas empresas investigadas foi examinada a importância de buscar vantagens competitivas nos concorrentes através de

liderança flexível e eficaz, aplicando planejamento estratégico de acordo com o momento da empresa, concentrando o foco na motivação dos colaboradores, com o intuito de encantar o usuário e fazer dele o seu diferencial competitivo.

Sintetizando, pode-se assegurar que os consumidores estão mais e mais exigentes e informados dos seus direitos, forçando os empreendedores a procurar ampliar seus conceitos teóricos e técnicos a respeito de como se deve administrar, possibilitando maior integração entre os participantes elevando o nível de comprometimento dos trabalhadores, buscando a antecipação do futuro e o fornecimento de produtos/serviços com qualidade superior.

Com este projeto, obtivemos inúmeras informações, visando municiar os empreendedores com o que há de melhor em matéria de técnicas motivacionais, por entendermos que somente desta maneira, aprimorando seus conhecimentos e aceitando subsídios, poderão melhorar sua gestão que não mais terá que se basear no empirismo.

Aconselhamos aos empresários que adquiram conhecimentos necessários para o aprimoramento e a aplicação de técnicas na área administrativa, possibilitando controle das ações desenvolvidas na sua organização. Aplicar o que tiver de mais sofisticado no campo gerencial, trazendo de outros estabelecimentos, sem desvalorizar os métodos que existem na sua empresa, comparando ações através de Benchmark. A adequação de parcerias na entidade, isto é, total ampliação de relacionamento com clientes fornecedores, funcionários e consultores, pois, os empreendedores devem qualificar-se para permanecerem competitivos.

Sugerimos a implementação de mecanismos de atendimento e de uma estrutura adequada aos usuários, com o intuito de satisfazê-los e fidelizá-los. Capacitar os profissionais para desenvolver excelente relação com o consumidor, disponibilizando produtos/serviços de acordo com a necessidade de cada um, bem como, a utilização de meios tecnológicos avançados, visando a completa agilidade do atendimento na organização para evitar futuras reclamações.

Os proprietários de estabelecimentos comerciais precisam estar bastante informados do que ocorre no mercado, porque tendo noção das tendências, dos hábitos e das preferências dos consumidores, podem atingir a fidelização da clientela. Os empreendedores têm que se relacionar muito bem com a organização como um todo sem restrições, e procurar interagir sempre com a população Patoense, tentando identificar quais aliados podem fortalecer o comércio.

De acordo com nosso relato no conteúdo até aqui exposto, a perfeita interação entre líderes, liderados, parceiros, mercado, empregados e empregadores, acontece sempre em favor da troca de experiências. Por força dessa interatividade, é que se desenvolve a perpetuação das organizações, prevalecendo a união entre todos os envolvidos, inclusive, a sociedade de modo geral, conquistando a competitividade no mercado por meio da oferta de produtos/serviços em completa harmonia com as necessidades dos usuários.

A mensuração dos elementos aqui expostos nos respalda a afirmar que em cada organização existem diferenciadas formas de motivação e liderança. No A.F., estes fatores são observados através da preocupação do seu proprietário em fornecer aos colaboradores todas as oportunidades de crescimento, seja por meio de cursos, ou mesmo, promovendo competição saudável entre todos.

Na empresa C. V., observou-se crescente envolvimento por parte dos funcionários, que empenhados, oferecem aos usuários o melhor atendimento, demonstrando total entusiasmo no momento de realizar uma venda ou entrega, do mesmo modo, nossa problemática foi alcançada, do ponto de vista da motivação, mensurando o que ocorre, outrossim, na empresa P.S.J., na qual podemos perceber que com incentivo dispensado aos funcionários houve um aumento considerável nas vendas.

APÊNDICE

Cálculos de Pesquisa Estudo de Campo:

Total de fornecedores:

Armazém o Freitas

298 → 15% → 45 pessoas

Comercial Vitória

300 → 15% → 45 pessoas

Total de clientes:

Posto São João	300
Armazém o Freitas	1808
Comercial Vitória	280

2388 → 22% = 525 = 175
3 x empresa

Posto São João → $\frac{300}{175} \times \frac{100}{300} = \frac{17500}{300} = 58,3\%$

Armazém o Freitas → $\frac{1808}{175} \times \frac{100}{1808} = \frac{17500}{1808} = 9,67\%$

Comercial Vitória → $\frac{280}{175} \times \frac{100}{280} = \frac{17500}{280} = 62,5\%$

Cálculos da Pesquisa de Estudo de Caso:

Total de funcionários:

$$651 \longrightarrow 3,7\% = \frac{24}{3} = 8 \text{ x empresa}$$

Posto São João

$$\text{Gerente} \text{ ————— } 1 \longrightarrow \frac{8 \cdot 100}{1 \times 8} = \frac{100}{8} = 12,5\%$$

$$\text{Fornecedor} \text{ ——— } 2 \longrightarrow \frac{8 \cdot 100}{2 \times 8} = \frac{200}{8} = 25\%$$

$$\text{Funcionários} \text{ ——— } 4 \longrightarrow \frac{8 \cdot 100}{5 \times 8} = \frac{500}{8} = 62,5\%$$

Armazém o Freitas e Comercial Vitória:

$$\text{Gerente} \text{ ————— } 1 \longrightarrow \frac{8 \cdot 100}{1 \times 8} = \frac{100}{8} = 12,5\%$$

Administrador ——— 1

$$\text{Fornecedor} \text{ ——— } 2 \longrightarrow \frac{8 \cdot 100}{2 \times 8} = \frac{200}{8} = 25\%$$

$$\text{Funcionários} \text{ ——— } 4 \longrightarrow \frac{8 \cdot 100}{4 \times 8} = \frac{400}{8} = 50\%$$

ENTREVISTA

- 1. Como é o seu ambiente de trabalho?**
- 2. Você já se sentiu desrespeitado pela sua equipe de trabalho?**
- 3. Você já se sentiu humilhado por sua equipe de trabalho?**
- 4. Você já sofreu algum tipo de discriminação na empresa onde trabalha?**
- 5. Esta discriminação é por parte dos seus superiores ou da equipe de trabalho?**
- 6. Alguma vez você já se sentiu inferior em relação a seus colegas de trabalho?**
- 7. Você já se sentiu pressionado?**
- 8. Você é tímido?**
- 9. Sua timidez já atrapalhou o seu lado emocional?**
- 10. Como você é tratado na empresa?**
- 11. Você já recebeu algum tipo de motivação pessoal?**
- 12. Sua empresa lhe proporciona uma vida estável?**
- 13. Sua empresa satisfaz suas perspectivas de vida?**
- 14. Você está satisfeito com o salário que ganha?**
- 15. Você torce pelo crescimento de sua empresa?**
- 16. Problemas mal resolvidos atrapalham sua conduta na empresa?**
- 17. Você costuma ajudar seus colegas de trabalho?**
- 18. Como seria sua reação se fosse prejudicado por um colega de trabalho?**
- 19. Você tem uma boa comunicação com seus colegas de trabalho?**
- 20. Você costuma ganhar elogios por contribuir com os resultados positivos da empresa?**
- 21. Você tem o hábito de fazer horas extras para adiantar o trabalho?**
- 22. Isso atrapalha sua vida familiar?**

- 23. Se você fosse o gerente, como seria sua conduta?**
- 24. Você valoriza e admira seu trabalho?**
- 25. Como você acha que está o seu desempenho dentro da empresa?**
- 26. Você aceita opiniões dos seus colegas como uma oportunidade de melhoria?**
- 27. Que tipo de tratamento você espera receber na empresa onde trabalha?**
- 28. Você costuma dar opiniões nas decisões da empresa?**
- 29. Problemas mal resolvidos na empresa atrapalham sua vida familiar?**
- 30. Você está satisfeito trabalhando nesta empresa?**
- 31. Como é sua relação com colegas e patrão fora da empresa?**
- 32. Você já precisou da ajuda de seu patrão fora da empresa?**
- 33. A ajuda por parte de seu chefe foi negada?**
- 34. Você tem conquistado o cliente para a empresa em que trabalha?**
- 35. Você é amigo dos clientes da empresa?**
- 36. Você é cliente de onde trabalha?**
- 37. Como você acha que é seu papel dentro da empresa?**
- 38. Você se sente parte importante da empresa?**
- 39. O que mais deseja na sua profissão?**
- 40. O que espera da sua empresa?**
- 41. Se você perder esse emprego, acha que conseguiria outro com facilidade?**

Entrevista realizada em 12/05/2004 na Empresa **Comercial Vitória**, com intuito de colher informações sobre Concorrência Empresarial para conclusão da Monografia do Curso de Administração de Negócios.

Entrevistadora:

1. Considerando que o líder se relaciona bem com equipe. De maneira você analisa esse relacionamento, e qual sua contribuição para que isso se torne viável?

Entrevistada:

O relacionamento líder e equipe é fundamental para o desenvolvimento de qualquer organização. Eu sempre procuro conversar com meu líder, com a minha equipe de trabalho, acho que uma boa conversa, uma boa conversa é a base de tudo.

Entrevistadora:

2. Sendo a avaliação de desempenho um fator determinante para o crescimento profissional. Na sua opinião, essa avaliação pode, de fato, elevar a auto-estima do funcionário ou inibi-lo completamente em suas ações?

Entrevistada:

Aqui na nossa empresa a avaliação de desempenho é assim uma grande aliada e os resultados alcançados com ela são positivos, observamos a avaliação nos incentiva a fazer o melhor e sempre satisfazer as necessidades dos clientes, temos certeza que iremos ser recompensados por isso.

Entrevistadora:

3. Observando que o ambiente físico é considerado como bom. Quais fatores na sua opinião contribuem mais para essa realidade?

Entrevistada:

Realmente eu gosto do meu local de trabalho, como trabalho o tempo sentada tenho uma cadeira confortável, o espaço é grande, em alguns momentos ouvimos músicas e até assistimos televisão, nosso líder faz questão de deixar à vontade.

Entrevistadora:

4. Os avanços tecnológicos são responsáveis por mudanças significativas na competitividade no mercado. No seu ponto de vista, quais os incentivos oferecidos pela empresa para que os funcionários alcancem as metas estabelecidas?

Entrevistada:

Hoje ou você acompanha as mudanças ou fecha as portas, aqui na empresa já trabalhamos com alguns aparelhos modernos, como, por exemplo, a máquina registradora, que é a minha ferramenta, as conversas são constantes e o mais importante, buscamos sempre o bem das dos consumidores.

Entrevistadora:

5. Havendo, por parte dos funcionários, um certo receio em opinar sobre seu grau de satisfação dentro da empresa. Existe na sua organização algum método para medir a satisfação dos participantes sem ameaça-los? Qual?

Entrevistada:

Na verdade procuramos sempre trabalhar e conviver com muita honestidade, qualquer problema resolvemos em conjunto, satisfeitos ou não o nosso líder está ali pronto pra nos ouvir e por isso que trabalhamos sempre motivados.

Entrevistadora:

6. Visto que o grau de motivação é considerado pelos funcionários como sendo alto. No seu entendimento, até que ponto o funcionário precisa sentir-se motivado para desempenhar melhor o seu papel?

Pra mim é a motivação tem que existir sempre, trabalhar motivado é a melhor forma de alcançar o que queremos. O líder estando sempre do nosso lado, conversando, procurando ajudar e reconhecendo nosso trabalho é o mais importante.

Entrevistadora:

7. Qual relação entre o tempo de exercício da mesma função e a busca da qualidade nos produtos e/ou serviços?

Eu já trabalho aqui há algum tempo e cada dia que passa me sinto mais envolvida com a empresa, o tempo passa e cada vez mais quero ver minha empresa crescendo.

Entrevistadora:

8. Verificando a existência constante de planejamento no ambiente organizacional das empresas estudadas, no seu ponto de vista quais as vantagens obtidas com a aplicação

deste planejamento?

Entrevistada:

O planejamento é a base de qualquer empresa. Quando se planeja o que vai fazer, tudo dar certo. O clima da empresa fica muito harmonioso.

Entrevistadora:

9. A motivação por parte do líder é fundamental, pois fornece subsídios aos seus clientes internos e auxilia no crescimento da organização. O que você diria para um líder que não incentiva sua equipe de trabalho?

Entrevistada:

Pra começar não considero essa pessoa um líder verdade. Incentivar as equipes de trabalho é o mesmo que manter a empresa competindo no mercado. Para mim, liderar é fazer dos funcionários amigos do trabalho.

Entrevistadora:

10. A constante busca do consumidor por informações sobre produtos e serviços antes de utilizá-los, vem fazendo com que as empresas cada vez ofereçam produtos e serviços de qualidade. Na sua opinião, quais outros aspectos são observados pelo consumidor no momento de adquirir os produtos e/ou serviços?

Acho que o atendimento é o “carro chefe”, se há uma certa amizade entre clientes e funcionários, fica tudo bem. Só deixando claro que a qualidade nos produtos e serviços é o que mais necessário.

Entrevistadora:

11. Uma vez que o uso da tecnologia facilita o atendimento. No seu ponto de vista a empresa pode se apoiar apenas na utilização de tais recursos, ignorando o contato entre o atendente e o cliente?

Como eu já disse antes, tem que existir uma boa relação entre atendente e cliente, principalmente no momento do atendimento, sou da opinião de que mesmo com a ajuda da tecnologia, o contato humano é o mais importante.

Entrevistadora:

12. Como você avalia a aceitação das opiniões que são dadas pelos funcionários ao líder? Que importância você dá a essa interatividade?

Entrevistada:

É fundamental, é a partir dessas opiniões que as dificuldades são percebidas e podem ser resolvidas. A boa relação entre líder e liderados depende o sucesso da empresa.

Entrevistadora:

13. Trabalhando a mais de um ano nessa empresa e considerando que o desemprego é alto no país inteiro, você sente que sua empresa prioriza a permanência do funcionário? De que forma?

Com certeza, o próprio fato do líder preocupar-se sempre manter os funcionários motivados, nos incentiva a ajudar a empresa a crescer mais e mais.

Entrevistadora:

14. Sabendo que as empresas em estudo empreendem grande esforço para que seus funcionários se adaptem as mudanças ocorridas no mercado, como você analisa as reações e o comportamento dos empregados quanto a tais mudanças?

Acho que mudar é preciso, pelo menos aqui procuramos sempre correr atrás dos objetivos da empresa. As mudanças ocorridas aqui não são radicais por isso, não encontramos muitas dificuldades.

Entrevistadora:

15. O fato das metas serem discutidas periodicamente na sua empresa aumenta o grau de comprometimento dos funcionários? Na sua Opinião, qual o reflexo que isso gera na concorrência?

Entrevistada:

Quando eu me sinto comprometida com minha empresa, posso afirmar que procuro sempre fazer o melhor por ela, fazendo o melhor conquista a satisfação dos comunicadores, alias consumidores, e mantenho minha empresa no mercado competitivo.

Entrevistador:

1. Considerando que o líder se relaciona bem com equipe. De maneira você analisa esse relacionamento, e qual sua contribuição para que isso se torne viável?

Entrevistado:

É um bom relacionamento. Porque nosso interesse é que o empregado se sinta à vontade pra atender o cliente. Minha contribuição como líder é exatamente não botar medo no empregado, com isso ele rende muito mais.

Entrevistador:

2. Sendo a avaliação de desempenho um fator determinante para o crescimento profissional. Na sua opinião, essa avaliação pode, de fato, elevar a auto-estima do funcionário ou inibi-lo completamente em suas ações?

Entrevistado:

Campeão, fazer avaliação de qualquer empregado é muito complicado, muitas vezes ele não fica satisfeito, aí eu vou e digo que é melhor pra ele pois ele vai melhorar.

Entrevistador:

3. Observando que o ambiente físico é considerado como bom. Quais fatores na sua opinião contribuem mais para essa realidade?

Entrevistado:

Aqui todo mundo é tratado igual, não tem esse negócio de um ser melhor que o outro, o que mais contribui para esse ambiente se tornar bom, é o conforto do empregado, ele tem até um momento pra relaxar ouvindo uma música e até vendo um noticiário na televisão.

Entrevistador:

4. Os avanços tecnológicos são responsáveis por mudanças significativas na competitividade no mercado. No seu ponto de vista, quais os incentivos oferecidos pela empresa para que os funcionários alcancem as metas estabelecidas?

Entrevistado:

Tudo no mundo está mudando. Hoje você liga um computador e pronto, ta com o mundo dentro de casa, aqui na minha empresa eu procuro comprar uma máquina moderna, um fax modelo novo, com isso o empregado fica mais disposto, faço treinamento e dou apoio a

eles.

Entrevistador:

5. Havendo, por parte dos funcionários, um certo receio em opinar sobre seu grau de satisfação dentro da empresa. Existe na sua organização algum método para medir a satisfação dos participantes sem ameaça-los? Qual?

Entrevistado:

Não, qualquer um pode dizer o que pensa. É claro que pode ter que um não queira falar, aí eu entro com minha experiência, chamo esse funcionário pra conversar e sempre dar resultado.

Entrevistador:

6. Visto que o grau de motivação é considerado pelos funcionários como sendo alto. No seu entendimento, até que ponto o funcionário precisa sentir-se motivado para desempenhar melhor o seu papel?

Essa questão de motivação só depende uma boa conversa, às vezes você incentiva o empregado, promete algo mais para ele e ele continua fazendo corpo mole. Ele precisa de uma empurrãozinho a mais para fazer seu papel na empresa.

Entrevistador:

7. Qual relação entre o tempo de exercício da mesma função e a busca da qualidade nos produtos e/ou serviços?

Quem trabalha muito tempo fazendo a mesma coisa, sempre tem chance de mostrar como desenvolve seu trabalho, ajudando as outras pessoas a comprarem melhor os produtos.

Entrevistador:

8. Verificando a existência constante de planejamento no ambiente organizacional das empresas estudadas, no seu ponto de vista quais as vantagens obtidas com a aplicação deste planejamento?

Entrevistado:

O dono de uma empresa precisa de um plano pra agir, no meu negócio tem planejamento, eu tiro vantagem disso porque tenho que controlar tudo que acontece, da hora que recebo a

mercadoria, até o momento de vender.

Entrevistador:

9. A motivação por parte do líder é fundamental, pois fornece subsídios aos seus clientes internos e auxilia no crescimento da organização. O que você diria para um líder que não incentiva sua equipe de trabalho?

Entrevistado:

Posso dizer que ser líder é ter a empresa nas mãos. É preciso incentivar os empregados. fazer eles se sentir parte da empresa, senão não dar certo, fica todo mundo preguiçoso.

Entrevistador:

10. A constante busca do consumidor por informações sobre produtos e serviços antes de utilizá-los, vem fazendo com que as empresas cada vez ofereçam produtos e serviços de qualidade. Na sua opinião, quais outros aspectos são observados pelo consumidor no momento de adquirir os produtos e/ou serviços?

Vejo aqui no dia a dia as pessoas querendo sempre o melhor pelo menor preço, e o que eles mais olham, é o prazo da validade, também noto que eles querem saber se tem entrega em casa, essas coisas!

Entrevistador:

11. Uma vez que o uso da tecnologia facilita o atendimento. No seu ponto de vista a empresa pode se apoiar apenas na utilização de tais recursos, ignorando o contato entre o atendente e o cliente?

Não posso negar que a tecnologia e o progresso ajudam muito, agora, o dono de empresa nunca pode se apoiar só nisso. O contato do vendedor com o cliente nunca pode deixar de acontecer, esse é o combustível da empresa.

12. Como você avalia a aceitação das opiniões que são dadas pelos funcionários ao líder? Que importância você dá a essa interatividade?

Entrevistado:

É muito importante o líder ficar sabendo da opinião do funcionário, só assim, ele ajuda o empregado na hora de tomar uma decisão, valoriza o trabalho de todo mundo que trabalha na empresa e ainda se realiza como líder.

Entrevistador:

13. Trabalhando a mais de um ano nessa empresa e considerando que o desemprego é alto no país inteiro, você sente que sua empresa prioriza a permanência do funcionário? De que forma?

Dou total apoio pra o empregado ajudo sempre no que posso, pergunto com é que vai a família, acho que só assim ele quer ficar mais no ambiente de trabalho, principalmente aquele que já ta com mais de um ano comigo.

Entrevistador:

14. Sabendo que as empresas em estudo empreendem grande esforço para que seus funcionários se adaptem as mudanças ocorridas no mercado, como você analisa as reações e o comportamento dos empregados quanto a tais mudanças?

Os empregados reagem quando acontecem as mudanças porque tem medo de perder o emprego, são e mães de família que precisam do emprego para sustentar seus filhos.

Entrevistador:

15. O fato das metas serem discutidas periodicamente na sua empresa aumenta o grau de comprometimento dos funcionários? Na sua Opinião, qual o reflexo que isso gera na concorrência?

Entrevistado:

Quando o gerente quer conquistar mercado ele chama o seu pessoal pra discutir os objetivos, o empregado automaticamente se preocupa mais com a empresa e isso provoca a concorrência.

ENTREVISTA

Entrevistadora:

1. Considerando que o líder se relaciona bem com equipe. De maneira você analisa esse relacionamento, e qual sua contribuição para que isso se torne viável?

Entrevistada:

É interessante, importante e se faz necessário um bom relacionamento entre o líder e sua equipe para que possa cada vez crescer e para que os funcionários sintam-se cada mais satisfeitos com o seu trabalho.

Entrevistadora:

2. Sendo a avaliação de desempenho um fator determinante para o crescimento profissional. Na sua opinião, essa avaliação pode, de fato, elevar a auto-estima do funcionário ou inibi-lo completamente em suas ações?

Entrevistada:

Eu acho que eleva a auto-estima, porque a partir do momento que você sabe que está sendo avaliado e que será recompensado de alguma forma, você luta para que sua avaliação seja proveitosa, a menos que você não goste do seu trabalho.

Entrevistadora:

3. Observando que o ambiente físico é considerado como bom. Quais fatores na sua opinião contribuem mais para essa realidade?

Entrevistada:

Eu acredito que o ambiente físico considerado bom é aquele que você tem todos os utensílios necessários para a realização do seu trabalho e, mantê-los em bom estado é a melhor contribuição que podemos dar a empresa e a nós mesmos.

Entrevistadora:

4. Os avanços tecnológicos são responsáveis por mudanças significativas na competitividade no mercado. No seu ponto de vista, quais os incentivos oferecidos pela empresa para que os funcionários alcancem as metas estabelecidas?

Entrevistada:

É preciso que a empresa ofereça dentro de suas possibilidades e metas, utensílios como telefone e computadores entre outros e que não esqueça do treinamento dos funcionários para eles possam acompanhar os avanços da tecnologia que são praticamente diários.

Entrevistadora:

5. Havendo, por parte dos funcionários, um certo receio em opinar sobre seu grau de satisfação dentro da empresa. Existe na sua organização algum método para medir a satisfação dos participantes sem ameaça-los? Qual?

Entrevistada:

Acha que se o líder é uma pessoa que, digamos, “mete medo”, a solução seria começar por um treinamento desse líder para que ele se torne uma pessoa, aha, uma pessoa com verdadeiro espírito de liderança e deixe ser um chefe militar.

Entrevistadora:

6. Visto que o grau de motivação é considerado pelos funcionários como sendo alto. No seu entendimento, até que ponto o funcionário precisa sentir-se motivado para desempenhar melhor o seu papel?

Entrevistada:

Se numa empresa a motivação existe de fato, e não somente de fachada é preciso apenas que a organização tenha uma boa relação com os seus funcionários, que pague todos os seus direitos trabalhistas e que ofereça os utensílios para um melhor desempenho do trabalho.

Entrevistadora:

7. Qual relação entre o tempo de exercício da mesma função e a busca da qualidade nos produtos e/ou serviços?

Entrevistada:

Se a prática leva a perfeição é mais fácil para alguém que já trabalhe ou que desenvolva a mais tempo um produto, conseguir fazer desse produto e/ou do seu serviço o melhor em qualidade.

Entrevistadora:

8. Verificando a existência constante de planejamento no ambiente organizacional das empresas estudadas, no seu ponto de vista quais as vantagens obtidas com a aplicação deste planejamento?

Entrevistada:

É interessante, e seria ainda mais, se fosse levado ao conhecimento dos empresários da cidade para, quem sabe, fazer crescer o espírito de um verdadeiro líder naqueles que necessitam mudar as suas opiniões, sobretudo, daqueles que nunca foram despertados para verem que estão agindo de maneira incorreta com suas equipes.

Entrevistadora:

9. A motivação por parte do líder é fundamental, pois fornece subsídios aos seus clientes internos e auxilia no crescimento da organização. O que você diria para um líder que não incentiva sua equipe de trabalho?

Entrevistada:

Que ele mude, que comece a procurar ajuda através de treinamentos e cursos. Se isso não acontecer ele pode ser derrubado pela concorrência e ficar fora do mercado, o que com certeza, seria muito pior, sobretudo pra ele.

Entrevistadora:

10. A constante busca do consumidor por informações sobre produtos e serviços antes de utilizá-los, vem fazendo com que as empresas cada vez ofereçam produtos e serviços de qualidade. Na sua opinião, quais outros aspectos são observados pelo consumidor no momento de adquirir os produtos e/ou serviços?

Entrevistada:

Atualmente, itens como embalagem, validade e também a qualidade do produto são observados, anteriormente a maioria, observava apenas o preço.

Entrevistadora:

11. Uma vez que o uso da tecnologia facilita o atendimento. No seu ponto de vista a empresa pode se apoiar apenas na utilização de tais recursos, ignorando o contato entre o atendente e o cliente?

Entrevistada:

De forma alguma, a tecnologia, como já foi dito, apenas facilita o atendimento, mas é imprescindível a presença humana em qualquer tipo de negociação.

Entrevistadora:

12. Como você avalia a aceitação das opiniões que são dadas pelos funcionários ao líder? Que importância você dá a essa interatividade?

Entrevistada:

Acredito que é muito importante para o melhor andamento de qualquer empresa, que o líder ouça e utilize as opiniões que qualquer funcionário possa dar a respeito do seu trabalho, até porque é mais fácil para alguém que desempenha uma função falar sobre tal, do que para aquele que apenas a criou. É pena que a grande maioria dos líderes, líderes não sabem ouvir e muito menos aceitar opiniões de funcionários.

Entrevistadora:

13. Trabalhando a mais de um ano nessa empresa e considerando que o desemprego é alto no país inteiro, você sente que sua empresa prioriza a permanência do funcionário? De que forma?

Entrevistada:

Na verdade eu acredito que qualquer empresa prioriza a permanência apenas daqueles que desempenham bem suas funções.

Entrevistadora:

14. Sabendo que as empresas em estudo empreendem grande esforço para que seus funcionários se adaptem as mudanças ocorridas no mercado, como você analisa as reações e o comportamento dos empregados quanto a tais mudanças?

Entrevistada:

É necessário que as pessoas se renovem apenas é pena que alguns funcionários não gostam tanto de participar de cursos ou palestras de melhoramento, esquecendo eles próprios, que eles são os mais e os mais prejudicados porque ficarão atrasados e desqualificados. Mas a grande maioria tem consciência que é preciso se adequar às mudanças para se manter em dia com o mercado de trabalho.

Entrevistadora:

15. O fato das metas serem discutidas periodicamente na sua empresa aumenta o grau de comprometimento dos funcionários? Na sua Opinião, qual o reflexo que isso gera na concorrência?

Entrevistada:

Uma empresa que tem metas e que busca cumprir tais metas, é bem vista no mercado, conseqüentemente, isso faz com que a concorrência também se preocupe em estabelecer objetivos e busque as formas para que isso aconteça.

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL ENTRE AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS, DE SÃO JOÃO DOS PATOS - MA
QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONÁRIOS

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e conseqüentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios.

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

01 - Setor / Área:
0101 _____

02 - Sexo:
0201 Masculino 0202 Feminino

03 - Faixa Etária:
0301 De 18 a 30 anos 0302 Mais de 30 anos

04 - Estado Civil:
0401 Casado 0403 Separado
0402 Solteiro 0404 Viúvo

05 - Grau de escolaridade:
0501 1º grau incompleto 0504 2º grau completo
0502 1º grau completo 0505 3º grau completo
0503 2º grau incompleto 0506 3º grau incompleto

06 - Em que empresa você trabalha ?
0601 Armazém O Fretas
0602 Posto São João
0603 Comercial Vitória

07 - Possui filhos?
0701 sim 0702 não

08 - Em caso de afirmativo, quantos?
0801 _____

09 - Ocupa cargo?
0901 Sim 0902 Não

10 - Especifique-o:
1001 _____

11 - Qual sua função?
1101 _____

12 - Há quanto tempo trabalha nesta empresa?
1201 menos de 1 ano 1203 de 3 a 5 anos
1202 de 1 a 3 anos 1204 mais de 5 anos

13 - Por que trabalha nesta empresa?
1301 pelos benefícios 1304 qualificação profissional
1302 pelo salário 1305 oport. de especialização
1303 gosto do que faço 1306 outros _____

14 - Gosta de sua atual função?
1401 sim 1402 não

15 - Há quanto tempo você exerce a mesma função?
1501 menos de 1 ano 1503 de 2 a 4 anos
1502 de 1 a 2 anos 1504 mais de 4 anos

16 - Você gosta de trabalhar em equipe?
1601 sim 1602 não

17 - Como é o seu relacionamento com a equipe?
1701 bom 1703 precisa melhorar
1702 razoável

18 - Você interage com a equipe?
1801 sim 1803 não

19 - Você conhece as metas de sua equipe?
1901 sim 1902 não

20 - Caso afirmativo, em quanto tempo costuma ser discutidas?
2001 todo mês 2003 por semestre
2002 por bimestre 2004 anualmente

21 - Sua equipe costuma atingir as metas?
2101 sim 2103 não

22 - O que faz o líder quando a equipe não alcança as metas?
2201 conversa com a equipe 2203 culpa a todos
2202 assume a responsabilidade 2204 apresenta alternativas
2205 outros _____

23 - Seu líder é um motivador quanto a seus funcionários?
2301 sim 2303 não

24 - Seu líder elogia a equipe quando as metas são alcançadas?
2401 sim 2402 não

25 - Seu líder costuma motivar a equipe?
2501 sim 2502 não

26 - Seu líder interage com a equipe?
2601 sim 2603 não
2602 às vezes

27 - Você está satisfeito com o seu líder?
2701 sim 2702 não

28 - O líder é comprometido com o sucesso da empresa?
2801 sim 2802 não

29 - O que mais lhe motiva em sua equipe?
2901 sua equipe 2905 reconhecimento
2902 salário benefício 2906 crescimento profissional
2903 metas e desafios 2907 outros _____
2904 programas de excelência

30 - Qual o grau de motivação da sua empresa?
3001 alto 3003 baixo
3002 médio

31 - No seu ponto de vista, a empresa precisa de funcionários motivados?
3101 sim 3102 não

32 - Se negativo, sugira 3 opções de como deveria ser:
3201 se preocupar com a conquista do seu objetivo
3202 procurar sempre atingir as metas
3203 obtenção de resultados com qualidade
3204 manter o nível de responsabilidade
3205 a pontualidade nos negócios
3206 outros _____

33 - O que mais o deixa insatisfeito em sua empresa?
3301 salário benefício 3304 o ambiente
3302 a falta de trabalho 3305 outros _____
3303 o chefe

34 - A empresa costuma observar se o funcionário está satisfeito?
3401 sim 3402 não

35 - Sua empresa estimula, desenvolve e valoriza seus conhecimentos?
3501 sim 3503 não

36 - Caso afirmativo, qual fator é mais valorizado?
3601 desempenho 3604 pontualidade
3602 criatividade 3605 habilidade e criação
3603 comunicação 3606 outros _____

37 - A empresa costuma avaliar seu desempenho?
3701 sim 3703 não

38 - Você é comunicado sobre os resultados dessas avaliações?
3801 sim 3802 não

39 - Você acha importante essas avaliações para o desempenho?
3901 sim 3903 não
3902 às vezes

40 - Caso afirmativo, assinale por que você acha importante?
4001 para crescimento profissional
4002 para melhorar a produtividade
4003 o reconhecimento pelas metas alcançadas
4004 para elevar a auto-estima
4005 para enriquecer o conhecimento
4006 para analisar o envolvimento
4007 outros _____

41 - Sua empresa costuma atingir as metas?
4101 sim 4102 não

42 - Sua empresa motiva os funcionários a buscar serviços de qualidade?

4201 sim 4202 não

43 - Caso afirmativo, justifique.

4301 pra melhorar criatividade 4304 obter reconhecimento

4302 conquistar a clientela 4305 fazer valer o esforço

4303 buscar a aceitação do produto

44 - Os funcionários de sua empresa são unidos?

4401 sim 4402 não

45 - Caso afirmativo, diga por qual motivo.

4501 para alcançar objetivos 4505 pela carreira

4502 pela realização pessoal 4506 para se promoverem

4503 para receber elogios 4507 outros

4504 para vencer a concorrência

46 - A empresa costuma fazer eventos comemorativos para motivá-los?

4601 Sim 4602 Não

47 - Você participa de mais eventos?

4702 Sim 4702 Não

48 - Qual o seu grau de avaliação com relação a esses tipos de eventos?

4801 bom 4803 ruim

4802 razoável 4804 péssimo

49 - Em caso de bom, você dá total importância a esses eventos?

4901 sim 4902 não

50 - Você acha que o ambiente de trabalho é propício para que suas funções sejam melhor realizadas?

5001 sim 5002 não

51 - Caso negativo, como você acha que deveria ser?

5101 alegria entre todos 5104 interação

5102 interesse em participar 5105 harmonioso

5103 comunicação entre funcionários 5106 comprometimento por parte de todos

52 - Você acha a estrutura física da sua empresa adequada?

5201 sim 5202 não

53 - Caso afirmativo, como é o ambiente físico desta empresa?

5301 bom 5302 precisa melhorar

5302 regular

54 - Você acha que um ambiente físico bem estruturado eleva o astral dos participantes?

5401 sim 5402 não

55 - Sua empresa está preparada para a concorrência?

5501 sim 5502 não

56 - Caso afirmativo, relacione 3 afirmativas conforme a grau de importância?

5601 uso de computadores modernos

5602 computadores com acesso à internet

5603 cursos para capacitação de funcionários

5604 incentivos para funcionários com idéias inovadoras

5605 alta tecnologia

5606 possui máquinas de alta produtividade

5607 outros

57 - Caso negativo, o que fazer para melhorar?

5701 incremento de novos equipamentos

5702 manter os funcionários motivados

5703 igualdade de condição

5704 criar novos canais de serviços

5705 mudar o modelo de liderança

5706 implementar a informatização na empresa

5707 outros

58 - O mercado está cada vez mais exigente, o que sua empresa tem feito para se adaptar as mudanças?

5801 treinamento dos funcionários 5805 reciclagem

5802 cursos 5806 planejamentos

5803 reuniões periódicas 5807 palestras

5808 outros

59 - Sua empresa costuma fazer pesquisa de mercado para acompanhar os concorrentes?

5901 sim 5902 não

60 - Caso afirmativo, como a pesquisa realizada?

6001 através de comparação de preços 6004 elegendor comissão investigadora

6002 consulta a clientes 6005 consulta a fornecedores

6003 visitas a outras empresas 6006 outros

61 - Quais as vantagens de sua empresa em relação aos concorrentes?

6101 propaganda 6105 tele-entregas

6102 localização 6105 prazos

6103 promoções 6106 pontualidade

6104 preços 6107 outros

62 - Como você avalia a estrutura organizacional de sua empresa?

6201 eficiente 6203 participativa

6202 dinâmica 6204 precisa melhorar

63 - Você acha importante um planejamento dentro de uma empresa?

6301 sim 6302 não

64 - Sua empresa costuma planejar suas ações?

6401 sim 6402 não

65 - Caso afirmativo, qual a periodicidade desse planejamento?

6501 semanal 6503 mensal

6502 bimestral 6504 outros

66 - Como é feito esse planejamento?

6601 baseado em dados internos

6602 baseado em dados externos

6603 através de reuniões

6604 convocando todas as equipes

6605 outros

67 - Quem elabora o planejamento na sua empresa?

6701 funcionários 6704 administrador

6702 gerente 6705 outros

6703 sócio

68 - Uma política salarial bem planejada leva os funcionários ao comprometimento total?

6801 sim 6802 não

69 - Todos os participantes dessa empresa fazem parte desse processo?

6901 sim 6902 não

70 - Você acredita que o comprometimento do funcionário depende do salário que este recebe?

7001 sim 7002 não

71 - Você acha que sua empresa paga salários adequadamente?

7101 sim 7102 não

72 - A sua empresa costuma recompensar os funcionários quando as metas são alcançadas?

7201 sim 7202 não

73 - Caso afirmativo, qual o critério utilizado pela sua empresa para bonificação?

7301 criatividade 7304 pontualidade

7302 comprometimento 7305 outros

7303 desempenho de função

74 - Você acha que a empresa que paga em dia seus funcionários tem maior rendimento?

7401 sim 7402 não

75 - Você costuma reivindicar melhores salários da empresa?

7501 sim 7502 não

76 - Você está satisfeito com o seu salário?

7601 sim 7602 não

77 - Caso negativo, o que você faz para merecer um salário melhor?

7701 é pontual 7705 desempenho elevado

7702 é bastante criativo 7706 bom relacionamento

7703 é dedicado 7707 outros

7704 é comunicativo

78 - Seu salário é condizente com sua função?

7801 sim 7802 não

79 - Você acha que pode haver conflitos entre funcionários por causa dos salários?

7901 sim 7902 não

80 - Você sugere medidas para melhorar os salários?

8001 sim 8002 não

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL ENTRE AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS, DE SÃO JOÃO DOS PATOS - MA
QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONÁRIOS

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e conseqüentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios.

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

01 - Setor / Área:
0101 _____

02 - Sexo:
0201 Masculino 0202 Feminino

03 - Faixa Etária:
0301 De 18 a 30 anos 0302 Mais de 30 anos

04 - Estado Civil:
0401 Casado 0403 Separado
0402 Solteiro 0404 Viúvo

05 - Grau de escolaridade:
0501 1º grau incompleto 0504 2º grau completo
0502 1º grau completo 0505 3º grau completo
0503 2º grau incompleto 0506 3º grau incompleto

06 - Em que empresa você trabalha ?
0601 Armazém O Freitas
0602 Posto São João
0603 Comercial Vitória

07 - Possui filhos?
0701 sim 0702 não

08 - Em caso de afirmativo, quantos?
0801 _____

09 - Ocupa cargo?
0901 Sim 0902 Não

10 - Especifique-o: Emprego

11 - Qual sua função?
1101 _____

12 - Há quanto tempo trabalha nesta empresa?
1201 menos de 1 ano 1203 de 3 a 5 anos
1202 de 1 a 3 anos 1204 mais de 5 anos

13 - Por que trabalha nesta empresa?
1301 pelos benefícios 1304 qualificação profissional
1302 pelo salário 1305 oport. de especialização
1303 gosto do que faço 1306 outros _____

14 - Gosta de sua atual função?
1401 sim 1402 não

15 - Há quanto tempo você exerce a mesma função?
1501 menos de 1 ano 1503 de 2 a 4 anos
1502 de 1 a 2 anos 1504 mais de 4 anos

16 - Você gosta de trabalhar em equipe?
1601 sim 1602 não

17 - Como é o seu relacionamento com a equipe?
1701 bom 1703 precisa melhorar
1702 razoável

18 - Você interage com a equipe?
1801 sim 1803 não

19 - Você conhece as metas de sua equipe?
1901 sim 1902 não

20 - Caso afirmativo, em quanto tempo costuma ser discutidas?
2001 todo mês 2003 por semestre
2002 por bimestre 2004 anualmente

21 - Sua equipe costuma atingir as metas?
2101 sim 2103 não

22 - O que faz o líder quando a equipe não alcança as metas?
2201 conversa com a equipe 2203 culpa a todos
2202 assume a responsabilidade 2204 apresenta alternativas
2205 outros _____

23 - Seu líder é um motivador quanto a seus funcionários?
2301 sim 2303 não

24 - Seu líder elogia a equipe quando as metas são alcançadas?
2401 sim 2402 não

25 - Seu líder costuma motivar a equipe?
2501 sim 2502 não

26 - Seu líder interage com a equipe?
2601 sim 2603 não
2602 às vezes

27 - Você está satisfeito com o seu líder?
2701 sim 2702 não

28 - O líder é comprometido com o sucesso da empresa?
2801 sim 2802 não

29 - O que mais lhe motiva em sua equipe?
2901 sua equipe 2905 reconhecimento
2902 salário benefício 2906 crescimento profissional
2903 metas e desafios 2907 outros _____
2904 programas de excelência

30 - Qual o grau de motivação da sua empresa?
3001 alto 3003 baixo
3002 médio

31 - No seu ponto de vista, a empresa precisa de funcionários motivados?
3101 sim 3102 não

32 - Se negativo, sugira 3 opções de como deveria ser:
3201 se preocupar com a conquista do seu objetivo
3202 procurar sempre atingir as metas
3203 obtenção de resultados com qualidade
3204 manter o nível de responsabilidade
3205 a pontualidade nos negócios
3206 outros _____

33 - O que mais o deixa insatisfeito em sua empresa?
3301 salário benefício 3304 o ambiente
3302 a falta de trabalho 3305 outros _____
3303 o chefe

34 - A empresa costuma observar se o funcionário está satisfeito?
3401 sim 3402 não

35 - Sua empresa estimula, desenvolve e valoriza seus conhecimentos?
3501 sim 3503 não

36 - Caso afirmativo, qual fator é mais valorizado?
3601 desempenho 3604 pontualidade
3602 criatividade 3605 habilidade e criação
3603 comunicação 3606 outros _____

37 - A empresa costuma avaliar seu desempenho?
3701 sim 3703 não

38 - Você é comunicado sobre os resultados dessas avaliações?
3801 sim 3802 não

39 - Você acha importante essas avaliações para o desempenho?
3901 sim 3903 não
3902 às vezes

40 - Caso afirmativo, assinale por que você acha importante?
4001 para crescimento profissional
4002 para melhorar a produtividade
4003 o reconhecimento pelas metas alcançadas
4004 para elevar a auto-estima
4005 para enriquecer o conhecimento
4006 para analisar o envolvimento
4007 outros _____

41 - Sua empresa costuma atingir as metas?
4101 sim 4102 não

42 - Sua empresa motiva os funcionários a buscar serviços de qualidade?

4201 sim 4202 não

43 - Caso afirmativo, justifique.

4301 pra melhorar criatividade 4304 obter reconhecimento

4302 conquistar a clientela 4305 fazer valer o esforço

4303 buscar a aceitação do produto

44 - Os funcionários de sua empresa são unidos?

4401 sim 4402 não

45 - Caso afirmativo, diga por qual motivo.

4501 para alcançar objetivos 4505 pela carreira

4502 pela realização pessoal 4506 para se promoverem

4503 para receber elogios 4507 outros

4504 para vencer a concorrência

46 - A empresa costuma fazer eventos comemorativos para motivá-los?

4601 Sim 4602 Não

47 - Você participa de mais eventos?

4702 Sim 4702 Não

48 - Qual o seu grau de avaliação com relação a esses tipos de eventos?

4801 bom 4803 ruim

4802 razoável 4804 péssimo

49 - Em caso de bom, você dá total importância a esses eventos?

4901 sim 4902 não

50 - Você acha que o ambiente de trabalho é propício para que suas funções sejam melhor realizadas?

5001 sim 5002 não

51 - Caso negativo, como você acha que deveria ser?

5101 alegria entre todos 5104 interação

5102 interesse em participar 5105 harmonioso

5103 comunicação entre funcionários 5106 comprometimento por parte de todos

52 - Você acha a estrutura física da sua empresa adequada?

5201 sim 5202 não

53 - Caso afirmativo, como é o ambiente físico desta empresa?

5301 bom 5302 precisa melhorar

5302 regular

54 - Você acha que um ambiente físico bem estruturado eleva o astral dos participantes?

5401 sim 5402 não

55 - Sua empresa está preparada para a concorrência?

5501 sim 5502 não

56 - Caso afirmativo, relacione 3 afirmativas conforme a grau de importância?

5601 uso de computadores modernos

5602 computadores com acesso à internet

5603 cursos para capacitação de funcionários

5604 incentivos para funcionários com idéias inovadoras

5605 alta tecnologia

5606 possui máquinas de alta produtividade

5607 outros

57 - Caso negativo, o que fazer para melhorar?

5701 incremento de novos equipamentos

5702 manter os funcionários motivados

5703 igualdade de condição

5704 criar novos canais de serviços

5705 mudar o modelo de liderança

5706 implementar a informatização na empresa

5707 outros

58 - O mercado está cada vez mais exigente, o que sua empresa tem feito para se adaptar as mudanças?

5801 treinamento dos 5805 reciclagem

funcionários 5806 planejamentos

5802 cursos 5807 palestras

5803 reuniões periódicas 5808 outros

59 - Sua empresa costuma fazer pesquisa de mercado para acompanhar os concorrentes?

5901 sim 5902 não

60 - Caso afirmativo, como a pesquisa realizada?

6001 através de comparação de preços 6004 elegendo comissão investigadora

6002 consulta a clientes 6005 consulta a fornecedores

6003 visitas a outras empresas 6006 outros

61 - Quais as vantagens de sua empresa em relação aos concorrentes?

6101 propaganda 6105 tele-entregas

6102 localização 6105 prazos

6103 promoções 6106 pontualidade

6104 preços 6107 outros

62 - Como você avalia a estrutura organizacional de sua empresa?

6201 eficiente 6203 participativa

6202 dinâmica 6204 precisa melhorar

63 - Você acha importante um planejamento dentro de uma empresa?

6301 sim 6302 não

64 - Sua empresa costuma planejar suas ações?

6401 sim 6402 não

65 - Caso afirmativo, qual a periodicidade desse planejamento?

6501 semanal 6503 mensal

6502 bimestral 6504 outros

66 - Como é feito esse planejamento?

6601 baseado em dados internos

6602 baseado em dados externos

6603 através de reuniões

6604 convocando todas as equipes

6605 outros

67 - Quem elabora o planejamento na sua empresa?

6701 funcionários 6704 administrador

6702 gerente 6705 outros

6703 sócio

68 - Uma política salarial bem planejada leva os funcionários ao comprometimento total?

6801 sim 6802 não

69 - Todos os participantes dessa empresa fazem parte desse processo?

6901 sim 6902 não

70 - Você acredita que o comprometimento do funcionário depende do salário que este recebe?

7001 sim 7002 não

71 - Você acha que sua empresa paga salários adequadamente?

7101 sim 7102 não

72 - A sua empresa costuma recompensar os funcionários quando as metas são alcançadas?

7201 sim 7202 não

73 - Caso afirmativo, qual o critério utilizado pela sua empresa para bonificação?

7301 criatividade 7304 pontualidade

7302 comprometimento 7305 outros

7303 desempenho de função

74 - Você acha que a empresa que paga em dia seus funcionários tem maior rendimento?

7401 sim 7402 não

75 - Você costuma reivindicar melhores salários da empresa?

7501 sim 7502 não

76 - Você está satisfeito com o seu salário?

7601 sim 7602 não

77 - Caso negativo, o que você faz para merecer um salário melhor?

7701 é pontual 7705 desempenho elevado

7702 é bastante criativo 7706 bom relacionamento

7703 é dedicado 7707 outros

7704 é comunicativo

78 - Seu salário é condizente com sua função?

7801 sim 7802 não

79 - Você acha que pode haver conflitos entre funcionários por causa dos salários?

7901 sim 7902 não

80 - Você sugere medidas para melhorar os salários?

8001 sim 8002 não

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL ENTRE AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS, DE SÃO JOÃO DOS PATOS - MA

QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONÁRIOS

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e conseqüentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios.

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

01 - Setor / Área:
0101 _____

02 - Sexo:
0201 Masculino
0202 Feminino

03 - Faixa Etária:
0301 De 18 a 30 anos
0302 Mais de 30 anos

04 - Estado Civil:
0401 Casado
0402 Solteiro
0403 Separado
0404 Viúvo

05 - Grau de escolaridade:
0501 1º grau incompleto
0502 1º grau completo
0503 2º grau incompleto
0504 2º grau completo
0505 3º grau completo
0506 3º grau incompleto

06 - Em que empresa você trabalha ?
0601 Armazém O Freitas
0602 Posto São João
0603 Comercial Vitória

07 - Possui filhos?
0701 sim
0702 não

08 - Em caso de afirmativo, quantos?
0801 _____

09 - Ocupa cargo?
0901 Sim
0902 Não

10 - Especifique-o:
1001 ADMINISTRATIVA

11 - Qual sua função?
1101 _____

12 - Há quanto tempo trabalha nesta empresa?
1201 menos de 1 ano
1202 de 1 a 3 anos
1203 de 3 a 5 anos
1204 mais de 5 anos

13 - Por que trabalha nesta empresa?
1301 pelos benefícios
1302 pelo salário
1303 gosto do que faço
1304 qualificação profissional
1305 oport. de especialização
1306 outros _____

14 - Gosta de sua atual função?
1401 sim
1402 não

15 - Há quanto tempo você exerce a mesma função?
1501 menos de 1 ano
1502 de 1 a 2 anos
1503 de 2 a 4 anos
1504 mais de 4 anos

16 - Você gosta de trabalhar em equipe?
1601 sim
1602 não

17 - Como é o seu relacionamento com a equipe?
1701 bom
1702 razoável
1703 precisa melhorar

18 - Você interage com a equipe?
1801 sim
1802 não

19 - Você conhece as metas de sua equipe?
1901 sim
1902 não

20 - Caso afirmativo, em quanto tempo costuma ser discutidas?
2001 todo mês
2002 por bimestre
2003 por semestre
2004 anualmente

21 - Sua equipe costuma atingir as metas?
2101 sim
2102 não

22 - O que faz o líder quando a equipe não alcança as metas?
2201 conversa com a equipe
2202 assume a responsabilidade
2203 culpa a todos
2204 apresenta alternativas
2205 outros _____

23 - Seu líder é um motivador quanto a seus funcionários?
2301 sim
2302 não

24 - Seu líder elogia a equipe quando as metas são alcançadas?
2401 sim
2402 não

25 - Seu líder costuma motivar a equipe?
2501 sim
2502 não

26 - Seu líder interage com a equipe?
2601 sim
2602 às vezes
2603 não

27 - Você está satisfeito com o seu líder?
2701 sim
2702 não

28 - O líder é comprometido com o sucesso da empresa?
2801 sim
2802 não

29 - O que mais lhe motiva em sua equipe?
2901 sua equipe
2902 salário benefício
2903 metas e desafios
2904 programas de excelência
2905 reconhecimento
2906 crescimento profissional
2907 outros _____

30 - Qual o grau de motivação da sua empresa?
3001 alto
3002 médio
3003 baixo

31 - No seu ponto de vista, a empresa precisa de funcionários motivados?
3101 sim
3102 não

32 - Se negativo, sugira 3 opções de como deveria ser:
3201 se preocupar com a conquista do seu objetivo
3202 procurar sempre atingir as metas
3203 obtenção de resultados com qualidade
3204 manter o nível de responsabilidade
3205 a pontualidade nos negócios
3206 outros _____

33 - O que mais o deixa insatisfeito em sua empresa?
3301 salário benefício
3302 a falta de trabalho
3303 o chefe
3304 o ambiente
3305 outros _____

34 - A empresa costuma observar se o funcionário está satisfeito?
3401 sim
3402 não

35 - Sua empresa estimula, desenvolve e valoriza seus conhecimentos?
3501 sim
3502 não
3503 não

36 - Caso afirmativo, qual fator é mais valorizado?
3601 desempenho
3602 criatividade
3603 comunicação
3604 pontualidade
3605 habilidade e criação
3606 outros _____

37 - A empresa costuma avaliar seu desempenho?
3701 sim
3702 não
3703 não

38 - Você é comunicado sobre os resultados dessas avaliações?
3801 sim
3802 não

39 - Você acha importante essas avaliações para o desempenho?
3901 sim
3902 às vezes
3903 não

40 - Caso afirmativo, assinale por que você acha importante?
4001 para crescimento profissional
4002 para melhorar a produtividade
4003 o reconhecimento pelas metas alcançadas
4004 para elevar a auto-estima
4005 para enriquecer o conhecimento
4006 para analisar o envolvimento
4007 outros _____

41 - Sua empresa costuma atingir as metas?
4101 sim
4102 não

42 - Sua empresa motiva os funcionários a buscar serviços de qualidade?

4201 sim 4202 não

43 - Caso afirmativo, justifique.

4301 pra melhorar criatividade 4304 obter reconhecimento

4302 conquistar a clientela 4305 fazer valer o esforço

4303 buscar a aceitação do produto

44 - Os funcionários de sua empresa são unidos?

4401 sim 4402 não

45 - Caso afirmativo, diga por qual motivo.

4501 para alcançar objetivos 4505 pela carreira

4502 pela realização pessoal 4506 para se promoverem

4503 para receber elogios 4507 outros _____

4504 para vencer a concorrência

46 - A empresa costuma fazer eventos comemorativos para motivá-los?

4601 Sim 4602 Não

47 - Você participa de mais eventos?

4702 Sim 4702 Não

48 - Qual o seu grau de avaliação com relação a esses tipos de eventos?

4801 bom 4803 ruim

4802 razoável 4804 péssimo

49 - Em caso de bom, você dá total importância a esses eventos?

4901 sim 4902 não

50 - Você acha que o ambiente de trabalho é propício para que suas funções sejam melhor realizadas?

5001 sim 5002 não

51 - Caso negativo, como você acha que deveria ser?

5101 alegria entre todos 5104 interação

5102 interesse em participar 5105 harmonioso

5103 comunicação entre funcionários 5106 comprometimento por parte de todos

52 - Você acha a estrutura física da sua empresa adequada?

5201 sim 5202 não

53 - Caso afirmativo, como é o ambiente físico desta empresa?

5301 bom 5302 precisa melhorar

5302 regular

54 - Você acha que um ambiente físico bem estruturado eleva o astral dos participantes?

5401 sim 5402 não

55 - Sua empresa está preparada para a concorrência?

5501 sim 5502 não

56 - Caso afirmativo, relacione 3 afirmativas conforme a grau de importância?

5601 uso de computadores modernos

5602 computadores com acesso à internet

5603 cursos para capacitação de funcionários

5604 incentivos para funcionários com idéias inovadoras

5605 alta tecnologia

5606 possui máquinas de alta produtividade

5607 outros _____

57 - Caso negativo, o que fazer para melhorar?

5701 incremento de novos equipamentos

5702 manter os funcionários motivados

5703 igualdade de condição

5704 criar novos canais de serviços

5705 mudar o modelo de liderança

5706 implementar a informatização na empresa

5707 outros _____

58 - O mercado está cada vez mais exigente, o que sua empresa tem feito para se adaptar as mudanças?

5801 treinamento dos funcionários 5805 reciclagem

5802 cursos 5806 planejamentos

5803 reuniões periódicas 5807 palestras

5808 outros _____

59 - Sua empresa costuma fazer pesquisa de mercado para acompanhar os concorrentes?

5901 sim 5902 não

60 - Caso afirmativo, como a pesquisa realizada?

6001 através de comparação de preços 6004 elegendo comissão investigadora

6002 consulta a clientes 6005 consulta a fornecedores

6003 visitas a outras empresas 6006 outros _____

61 - Quais as vantagens de sua empresa em relação aos concorrentes?

6101 propaganda 6105 tele-entregas

6102 localização 6105 prazos

6103 promoções 6106 pontualidade

6104 preços 6107 outros _____

62 - Como você avalia a estrutura organizacional de sua empresa?

6201 eficiente 6203 participativa

6202 dinâmica 6204 precisa melhorar

63 - Você acha importante um planejamento dentro de uma empresa?

6301 sim 6302 não

64 - Sua empresa costuma planejar suas ações?

6401 sim 6402 não

65 - Caso afirmativo, qual a periodicidade desse planejamento?

6501 semanal 6503 mensal

6502 bimestral 6504 outros _____

66 - Como é feito esse planejamento?

6601 baseado em dados internos

6602 baseado em dados externos

6603 através de reuniões

6604 convocando todas as equipes

6605 outros _____

67 - Quem elabora o planejamento na sua empresa?

6701 funcionários 6704 administrador

6702 gerente 6705 outros _____

6703 sócio

68 - Uma política salarial bem planejada leva os funcionários ao comprometimento total?

6801 sim 6802 não

69 - Todos os participantes dessa empresa fazem parte desse processo?

6901 sim 6902 não

70 - Você acredita que o comprometimento do funcionário depende do salário que este recebe?

7001 sim 7002 não

71 - Você acha que sua empresa paga salários adequadamente?

7101 sim 7102 não

72 - A sua empresa costuma recompensar os funcionários quando as metas são alcançadas?

7201 sim 7202 não

73 - Caso afirmativo, qual o critério utilizado pela sua empresa para bonificação?

7301 criatividade 7304 pontualidade

7302 comprometimento 7305 outros _____

7303 desempenho de função

74 - Você acha que a empresa que paga em dia seus funcionários tem maior rendimento?

7401 sim 7402 não

75 - Você costuma reivindicar melhores salários da empresa?

7501 sim 7502 não

76 - Você está satisfeito com o seu salário?

7601 sim 7602 não

77 - Caso negativo, o que você faz para merecer um salário melhor?

7701 é pontual 7705 desempenho elevado

7702 é bastante criativo 7706 bom relacionamento

7703 é dedicado 7707 outros _____

7704 é comunicativo

78 - Seu salário é condizente com sua função?

7801 sim 7802 não

79 - Você acha que pode haver conflitos entre funcionários por causa dos salários?

7901 sim 7902 não

80 - Você sugere medidas para melhorar os salários?

8001 sim 8002 não

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL ENTRE AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS, DE SÃO JOÃO DOS PATOS - MA
QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONÁRIOS

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e consequentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios.

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

01 - Setor / Área: Vendedor

02 - Sexo: Masculino 0202 Feminino

03 - Faixa Etária: De 18 a 30 anos 0302 Mais de 30 anos

04 - Estado Civil: Casado 0403 Separado
 Solteiro 0404 Viúvo

05 - Grau de escolaridade: 1º grau incompleto 0504 2º grau completo
 1º grau completo 0505 3º grau completo
 2º grau incompleto 0506 3º grau incompleto

06 - Em que empresa você trabalha ?
 0601 Armazém O Freitas
 0602 Posto São João
 0603 Comercial Vitória

07 - Possui filhos?
 0701 sim 0702 não

08 - Em caso de afirmativo, quantos?
 0801 3 filhos

09 - Ocupa cargo?
 0901 Sim 0902 Não

10 - Especifique-o: Vendedor

11 - Qual sua função? Vendedor

12 - Há quanto tempo trabalha nesta empresa?
 1201 menos de 1 ano 1203 de 3 a 5 anos
 1202 de 1 a 3 anos 1204 mais de 5 anos

13 - Por que trabalha nesta empresa?
 1301 pelos benefícios 1304 qualificação profissional
 1302 pelo salário 1305 oport. de especialização
 1303 gosto do que faço 1306 outros

14 - Gosta de sua atual função?
 1401 sim 1402 não

15 - Há quanto tempo você exerce a mesma função?
 1501 menos de 1 ano 1503 de 2 a 4 anos
 1502 de 1 a 2 anos 1504 mais de 4 anos

16 - Você gosta de trabalhar em equipe?
 1601 sim 1602 não

17 - Como é o seu relacionamento com a equipe?
 1701 bom 1703 precisa melhorar
 1702 razoável

18 - Você interage com a equipe?
 1801 sim 1803 não

19 - Você conhece as metas de sua equipe?
 1901 sim 1902 não

20 - Caso afirmativo, em quanto tempo costuma ser discutidas?
 2001 todo mês 2003 por semestre
 2002 por bimestre 2004 anualmente

21 - Sua equipe costuma atingir as metas?
 2101 sim 2103 não

22 - O que faz o líder quando a equipe não alcança as metas?
 2201 conversa com a equipe 2203 culpa a todos
 2202 assume a responsabilidade 2204 apresenta alternativas
 2205 outros

23 - Seu líder é um motivador quanto a seus funcionários?
 2301 sim 2303 não

24 - Seu líder elogia a equipe quando as metas são alcançadas?
 2401 sim 2402 não

25 - Seu líder costuma motivar a equipe?
 2501 sim 2502 não

26 - Seu líder interage com a equipe?
 2601 sim 2603 não
 2602 às vezes

27 - Você está satisfeito com o seu líder?
 2701 sim 2702 não

28 - O líder é comprometido com o sucesso da empresa?
 2801 sim 2802 não

29 - O que mais lhe motiva em sua equipe?
 2901 sua equipe 2905 reconhecimento
 2902 salário benefício 2906 crescimento profissional
 2903 metas e desafios 2907 outros
 2904 programas de excelência

30 - Qual o grau de motivação da sua empresa?
 3001 alto 3003 baixo
 3002 médio

31 - No seu ponto de vista, a empresa precisa de funcionários motivados?
 3101 sim 3102 não

32 - Se negativo, sugira 3 opções de como deveria ser:
 3201 se preocupar com a conquista do seu objetivo
 3202 procurar sempre atingir as metas
 3203 obtenção de resultados com qualidade
 3204 manter o nível de responsabilidade
 3205 a pontualidade nos negócios
 3206 outros

33 - O que mais o deixa insatisfeito em sua empresa?
 3301 salário benefício 3304 o ambiente
 3302 a falta de trabalho 3305 outros
 3303 o chefe

34 - A empresa costuma observar se o funcionário está satisfeito?
 3401 sim 3402 não

35 - Sua empresa estimula, desenvolve e valoriza seus conhecimentos?
 3501 sim 3503 não

36 - Caso afirmativo, qual fator é mais valorizado?
 3601 desempenho 3604 pontualidade
 3602 criatividade 3605 habilidade e criação
 3603 comunicação 3606 outros

37 - A empresa costuma avaliar seu desempenho?
 3701 sim 3703 não

38 - Você é comunicado sobre os resultados dessas avaliações?
 3801 sim 3802 não

39 - Você acha importante essas avaliações para o desempenho?
 3901 sim 3903 não
 3902 às vezes

40 - Caso afirmativo, assinale por que você acha importante?
 4001 para crescimento profissional
 4002 para melhorar a produtividade
 4003 o reconhecimento pelas metas alcançadas
 4004 para elevar a auto-estima
 4005 para enriquecer o conhecimento
 4006 para analisar o envolvimento
 4007 outros

41 - Sua empresa costuma atingir as metas?
 4101 sim 4102 não

42 - Sua empresa motiva os funcionários a buscar serviços de qualidade?

4201 sim 4202 não

43 - Caso afirmativo, justifique.

4301 pra melhorar criatividade 4304 obter reconhecimento

4302 conquistar a clientela 4305 fazer valer o esforço

4303 buscar a aceitação do produto

44 - Os funcionários de sua empresa são unidos?

4401 sim 4402 não

45 - Caso afirmativo, diga por qual motivo.

4501 para alcançar objetivos 4505 pela carreira

4502 pela realização pessoal 4506 para se promoverem

4503 para receber elogios 4507 outros _____

4504 para vencer a concorrência

46 - A empresa costuma fazer eventos comemorativos para motivá-los?

4601 Sim 4602 Não

47 - Você participa de mais eventos?

4702 Sim 4702 Não

48 - Qual o seu grau de avaliação com relação a esses tipos de eventos?

4801 bom 4803 ruim

4802 razoável 4804 péssimo

49 - Em caso de bom, você dá total importância a esses eventos?

4901 sim 4902 não

50 - Você acha que o ambiente de trabalho é propício para que suas funções sejam melhor realizadas?

5001 sim 5002 não

51 - Caso negativo, como você acha que deveria ser?

5101 alegria entre todos 5104 interação

5102 interesse em participar 5105 harmonioso

5103 comunicação entre funcionários 5106 comprometimento por parte de todos

52 - Você acha a estrutura física da sua empresa adequada?

5201 sim 5202 não

53 - Caso afirmativo, como é o ambiente físico desta empresa?

5301 bom 5302 precisa melhorar

5302 regular

54 - Você acha que um ambiente físico bem estruturado eleva o astral dos participantes?

5401 sim 5402 não

55 - Sua empresa está preparada para a concorrência?

5501 sim 5502 não

56 - Caso afirmativo, relacione 3 afirmativas conforme a grau de importância?

5601 3 uso de computadores modernos

5602 computadores com acesso à internet

5603 1 cursos para capacitação de funcionários

5604 2 incentivos para funcionários com idéias inovadoras

5605 alta tecnologia

5606 possui máquinas de alta produtividade

5607 outros _____

57 - Caso negativo, o que fazer para melhorar?

5701 incremento de novos equipamentos

5702 manter os funcionários motivados

5703 igualdade de condição

5704 criar novos canais de serviços

5705 mudar o modelo de liderança

5706 implementar a informatização na empresa

5707 outros _____

58 - O mercado está cada vez mais exigente, o que sua empresa tem feito para se adaptar as mudanças?

5801 treinamento dos funcionários 5805 reciclagem

5802 cursos 5806 planejamentos

5803 reuniões periódicas 5807 palestras

5808 outros _____

59 - Sua empresa costuma fazer pesquisa de mercado para acompanhar os concorrentes?

5901 sim 5902 não

60 - Caso afirmativo, como a pesquisa realizada?

6001 através de comparação de preços 6004 elegendo comissão investigadora

6002 consulta a clientes 6005 consulta a fornecedores

6003 visitas a outras empresas 6006 outros _____

61 - Quais as vantagens de sua empresa em relação aos concorrentes?

6101 propaganda 6105 tele-entregas

6102 localização 6105 prazos

6103 promoções 6106 pontualidade

6104 preços 6107 outros _____

62 - Como você avalia a estrutura organizacional de sua empresa?

6201 eficiente 6203 participativa

6202 dinâmica 6204 precisa melhorar

63 - Você acha importante um planejamento dentro de uma empresa?

6301 sim 6302 não

64 - Sua empresa costuma planejar suas ações?

6401 sim 6402 não

65 - Caso afirmativo, qual a periodicidade desse planejamento?

6501 semanal 6503 mensal

6502 bimestral 6504 outros *anual*

66 - Como é feito esse planejamento?

6601 baseado em dados internos

6602 baseado em dados externos

6603 através de reuniões

6604 convocando todas as equipes

6605 outros _____

67 - Quem elabora o planejamento na sua empresa?

6701 funcionários 6704 administrador

6702 gerente 6705 outros _____

6703 sócio

68 - Uma política salarial bem planejada leva os funcionários ao comprometimento total?

6801 sim 6802 não

69 - Todos os participantes dessa empresa fazem parte desse processo?

6901 sim 6902 não

70 - Você acredita que o comprometimento do funcionário depende do salário que este recebe?

7001 sim 7002 não

71 - Você acha que sua empresa paga salários adequadamente?

7101 sim 7102 não

72 - A sua empresa costuma recompensar os funcionários quando as metas são alcançadas?

7201 sim 7202 não

73 - Caso afirmativo, qual o critério utilizado pela sua empresa para bonificação?

7301 criatividade 7304 pontualidade

7302 comprometimento 7305 outros _____

7303 desempenho de função

74 - Você acha que a empresa que paga em dia seus funcionários tem maior rendimento?

7401 sim 7402 não

75 - Você costuma reivindicar melhores salários da empresa?

7501 sim 7502 não

76 - Você está satisfeito com o seu salário?

7601 sim 7602 não

77 - Caso negativo, o que você faz para merecer um salário melhor?

7701 é pontual 7705 desempenho elevado

7702 é bastante criativo 7706 bom relacionamento

7703 é dedicado 7707 outros _____

7704 é comunicativo

78 - Seu salário é condizente com sua função?

7801 sim 7802 não

79 - Você acha que pode haver conflitos entre funcionários por causa dos salários?

7901 sim 7902 não

80 - Você sugere medidas para melhorar os salários?

8001 sim 8002 não

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL ENTRE AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS, DE SÃO JOÃO DOS PATOS - MA
QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONÁRIOS

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e conseqüentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios.

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

01 - Setor / Área: atendente

02 - Sexo: Masculino 202 Feminino

03 - Faixa Etária: De 18 a 30 anos 0302 Mais de 30 anos

04 - Estado Civil: Casado 0403 Separado
 Solteiro 0404 Viúvo

05 - Grau de escolaridade: 1º grau incompleto 0504 2º grau completo
 1º grau completo 0505 3º grau completo
 2º grau incompleto 0506 3º grau incompleto

06 - Em que empresa você trabalha ?
 0601 Armazém O Freitas
 0602 Posto São João
 0603 Comercial Vitória

07 - Possui filhos? sim 0702 não

08 - Em caso de afirmativo, quantos? um

09 - Ocupa cargo? Sim 0902 Não

10 - Especifique-o: atendente

11 - Qual sua função? atendente

12 - Há quanto tempo trabalha nesta empresa?
 1201 menos de 1 ano 1203 de 3 a 5 anos
 1202 de 1 a 3 anos 1204 mais de 5 anos

13 - Por que trabalha nesta empresa?
 1301 pelos benefícios 1304 qualificação profissional
 1302 pelo salário 1305 oport. de especialização
 1303 gosto do que faço 1306 outros

14 - Gosta de sua atual função? sim 1402 não

15 - Há quanto tempo você exerce a mesma função?
 1501 menos de 1 ano 1503 de 2 a 4 anos
 1502 de 1 a 2 anos 1504 mais de 4 anos

16 - Você gosta de trabalhar em equipe? sim 1602 não

17 - Como é o seu relacionamento com a equipe?
 1701 bom 1703 precisa melhorar
 1702 razoável

18 - Você interage com a equipe? sim 1803 não

19 - Você conhece as metas de sua equipe? sim 1902 não

20 - Caso afirmativo, em quanto tempo costuma ser discutidas?
 2001 todo mês 2003 por semestre
 2002 por bimestre 2004 anualmente

21 - Sua equipe costuma atingir as metas? sim 2103 não

22 - O que faz o líder quando a equipe não alcança as metas?
 2201 conversa com a equipe 2203 culpa a todos
 2202 assume a responsabilidade 2204 apresenta alternativas
 2205 outros

23 - Seu líder é um motivador quanto a seus funcionários? sim 2303 não

24 - Seu líder elogia a equipe quando as metas são alcançadas?
2401 sim 2402 não

25 - Seu líder costuma motivar a equipe?
2501 sim 2502 não

26 - Seu líder interage com a equipe?
2601 sim 2603 não
2602 às vezes

27 - Você está satisfeito com o seu líder?
2701 sim 2702 não

28 - O líder é comprometido com o sucesso da empresa?
2801 sim 2802 não

29 - O que mais lhe motiva em sua equipe?
2901 sua equipe 2905 reconhecimento
2902 salário benefício 2906 crescimento profissional
2903 metas e desafios 2907 outros
2904 programas de excelência

30 - Qual o grau de motivação da sua empresa?
3001 alto 3003 baixo
3002 médio

31 - No seu ponto de vista, a empresa precisa de funcionários motivados?
3101 sim 3102 não

32 - Se negativo, sugira 3 opções de como deveria ser:
3201 se preocupar com a conquista do seu objetivo
3202 procurar sempre atingir as metas
3203 obtenção de resultados com qualidade
3204 manter o nível de responsabilidade
3205 a pontualidade nos negócios
3206 outros

33 - O que mais o deixa insatisfeito em sua empresa?
3301 salário benefício 3304 o ambiente
3302 a falta de trabalho 3305 outros
3303 o chefe

34 - A empresa costuma observar se o funcionário está satisfeito?
3401 sim 3402 não

35 - Sua empresa estimula, desenvolve e valoriza seus conhecimentos?
3501 sim 3503 não

36 - Caso afirmativo, qual fator é mais valorizado?
3601 desempenho 3604 pontualidade
3602 criatividade 3605 habilidade e criação
3603 comunicação 3606 outros

37 - A empresa costuma avaliar seu desempenho?
3701 sim 3703 não

38 - Você é comunicado sobre os resultados dessas avaliações?
3801 sim 3802 não

39 - Você acha importante essas avaliações para o desempenho?
3901 sim 3903 não
3902 às vezes

40 - Caso afirmativo, assinale por que você acha importante?
4001 para crescimento profissional
4002 para melhorar a produtividade
4003 o reconhecimento pelas metas alcançadas
4004 para elevar a auto-estima
4005 para enriquecer o conhecimento
4006 para analisar o envolvimento
4007 outros

41 - Sua empresa costuma atingir as metas?
4101 sim 4102 não

- 42 - Sua empresa motiva os funcionários a buscar serviços de qualidade?
- 4201 sim 4202 não
- 43 - Caso afirmativo, justifique.
- 4301 pra melhorar criatividade 4304 obter reconhecimento
- 4302 conquistar a clientela 4305 fazer valer o esforço
- 4303 buscar a aceitação do produto
- 44 - Os funcionários de sua empresa são unidos?
- 4401 sim 4402 não
- 45 - Caso afirmativo, diga por qual motivo.
- 4501 para alcançar objetivos 4505 pela carreira
- 4502 pela realização pessoal 4506 para se promoverem
- 4503 para receber elogios 4507 outros _____
- 4504 para vencer a concorrência
- 46 - A empresa costuma fazer eventos comemorativos para motiva-los?
- 4601 Sim 4602 Não
- 47 - Você participa de mais eventos?
- 4702 Sim 4702 Não
- 48 - Qual o seu grau de avaliação com relação a esses tipos de eventos?
- 4801 bom 4803 ruim
- 4802 razoável 4804 péssimo
- 49 - Em caso de bom, você dá total importância a esses eventos?
- 4901 sim 4902 não
- 50 - Você acha que o ambiente de trabalho é propício para que suas funções sejam melhor realizadas?
- 5001 sim 5002 não
- 51 - Caso negativo, como você acha que deveria ser?
- 5101 alegria entre todos 5104 interação
- 5102 interesse em participar 5105 harmonioso
- 5103 comunicação entre funcionários 5106 comprometimento por parte de todos
- 52 - Você acha a estrutura física da sua empresa adequada?
- 5201 sim 5202 não
- 53 - Caso afirmativo, como é o ambiente físico desta empresa?
- 5301 bom 5302 precisa melhorar
- 5302 regular
- 54 - Você acha que um ambiente físico bem estruturado eleva o astral dos participantes?
- 5401 sim 5402 não
- 55 - Sua empresa está preparada para a concorrência?
- 5501 sim 5502 não
- 56 - Caso afirmativo, relacione 3 afirmativas conforme a grau de importância?
- 5601 uso de computadores modernos
- 5602 computadores com acesso à internet
- 5603 cursos para capacitação de funcionários
- 5604 incentivos para funcionários com idéias inovadoras
- 5605 alta tecnologia
- 5606 possui máquinas de alta produtividade
- 5607 outros _____
- 57 - Caso negativo, o que fazer para melhorar?
- 5701 incremento de novos equipamentos
- 5702 manter os funcionários motivados
- 5703 igualdade de condição
- 5704 criar novos canais de serviços
- 5705 mudar o modelo de liderança
- 5706 implementar a informatização na empresa
- 5707 outros _____
- 58 - O mercado está cada vez mais exigente, o que sua empresa tem feito para se adaptar as mudanças?
- 5801 treinamento dos funcionários 5805 reciclagem
- 5802 cursos 5806 planejamentos
- 5803 reuniões periódicas 5807 palestras
- 5808 outros _____
- 59 - Sua empresa costuma fazer pesquisa de mercado para acompanhar os concorrentes?
- 5901 sim 5902 não

- 60 - Caso afirmativo, como a pesquisa realizada?
- 6001 através de comparação de preços 6004 elegendo comissão investigadora
- 6002 consulta a clientes 6005 consulta a fornecedores
- 6003 visitas a outras empresas 6006 outros _____
- 61 - Quais as vantagens de sua empresa em relação aos concorrentes?
- 6101 propaganda 6105 tele-entregas
- 6102 localização 6105 prazos
- 6103 promoções 6106 pontualidade
- 6104 preços 6107 outros _____
- 62 - Como você avalia a estrutura organizacional de sua empresa?
- 6201 eficiente 6203 participativa
- 6202 dinâmica 6204 precisa melhorar
- 63 - Você acha importante um planejamento dentro de uma empresa?
- 6301 sim 6302 não
- 64 - Sua empresa costuma planejar suas ações?
- 6401 sim 6402 não
- 65 - Caso afirmativo, qual a periodicidade desse planejamento?
- 6501 semanal 6503 mensal
- 6502 bimestral 6504 outros anual
- 66 - Como é feito esse planejamento?
- 6601 baseado em dados internos
- 6602 baseado em dados externos
- 6603 através de reuniões
- 6604 convocando todas as equipes
- 6605 outros _____
- 67 - Quem elabora o planejamento na sua empresa?
- 6701 funcionários 6704 administrador
- 6702 gerente 6705 outros _____
- 6703 sócio
- 68 - Uma política salarial bem planejada leva os funcionários ao comprometimento total?
- 6801 sim 6802 não
- 69 - Todos os participantes dessa empresa fazem parte desse processo?
- 6901 sim 6902 não
- 70 - Você acredita que o comprometimento do funcionário depende do salário que este recebe?
- 7001 sim 7002 não
- 71 - Você acha que sua empresa paga salários adequadamente?
- 7101 sim 7102 não
- 72 - A sua empresa costuma recompensar os funcionários quando as metas são alcançadas?
- 7201 sim 7202 não
- 73 - Caso afirmativo, qual o critério utilizado pela sua empresa para bonificação?
- 7301 criatividade 7304 pontualidade
- 7302 comprometimento 7305 outros _____
- 7303 desempenho de função
- 74 - Você acha que a empresa que paga em dia seus funcionários tem maior rendimento?
- 7401 sim 7402 não
- 75 - Você costuma reivindicar melhores salários da empresa?
- 7501 sim 7502 não
- 76 - Você está satisfeito com o seu salário?
- 7601 sim 7602 não
- 77 - Caso negativo, o que você faz para merecer um salário melhor?
- 7701 é pontual 7705 desempenho elevado
- 7702 é bastante criativo 7706 bom relacionamento
- 7703 é dedicado 7707 outros _____
- 7704 é comunicativo
- 78 - Seu salário é condizente com sua função?
- 7801 sim 7802 não
- 79 - Você acha que pode haver conflitos entre funcionários por causa dos salários?
- 7901 sim 7902 não
- 80 - Você sugere medidas para melhorar os salários?
- 8001 sim 8002 não

42 - Sua empresa motiva os funcionários a buscar serviços de qualidade?

4201 sim 4202 não

43 - Caso afirmativo, justifique.

4301 pra melhorar criatividade 4304 obter reconhecimento

4302 conquistar a clientela 4305 fazer valer o esforço

4303 buscar a aceitação do produto

44 - Os funcionários de sua empresa são unidos?

4401 sim 4402 não

45 - Caso afirmativo, diga por qual motivo.

4501 para alcançar objetivos 4505 pela carreira

4502 pela realização pessoal 4506 para se promoverem

4503 para receber elogios 4507 outros _____

4504 para vencer a concorrência

46 - A empresa costuma fazer eventos comemorativos para motivá-los?

4601 Sim 4602 Não

47 - Você participa de mais eventos?

4702 Sim 4702 Não

48 - Qual o seu grau de avaliação com relação a esses tipos de eventos?

4801 bom 4803 ruim

4802 razoável 4804 péssimo

49 - Em caso de bom, você dá total importância a esses eventos?

4901 sim 4902 não

50 - Você acha que o ambiente de trabalho é propício para que suas funções sejam melhor realizadas?

5001 sim 5002 não

51 - Caso negativo, como você acha que deveria ser?

5101 alegria entre todos 5104 interação

5102 interesse em participar 5105 harmonioso

5103 comunicação entre funcionários 5106 comprometimento por parte de todos

52 - Você acha a estrutura física da sua empresa adequada?

5201 sim 5202 não

53 - Caso afirmativo, como é o ambiente físico desta empresa?

5301 bom 5302 precisa melhorar

5302 regular

54 - Você acha que um ambiente físico bem estruturado eleva o astral dos participantes?

5401 sim 5402 não

55 - Sua empresa está preparada para a concorrência?

5501 sim 5502 não

56 - Caso afirmativo, relacione 3 afirmativas conforme a grau de importância?

5601 uso de computadores modernos

5602 computadores com acesso à internet

5603 cursos para capacitação de funcionários

5604 incentivos para funcionários com idéias inovadoras

5605 alta tecnologia

5606 possui máquinas de alta produtividade

5607 outros _____

57 - Caso negativo, o que fazer para melhorar?

5701 incremento de novos equipamentos

5702 manter os funcionários motivados

5703 igualdade de condição

5704 criar novos canais de serviços

5705 mudar o modelo de liderança

5706 implementar a informatização na empresa

5707 outros _____

58 - O mercado está cada vez mais exigente, o que sua empresa tem feito para se adaptar as mudanças?

5801 treinamento dos funcionários 5805 reciclagem

5802 cursos 5806 planejamentos

5803 reuniões periódicas 5807 palestras

5808 outros _____

59 - Sua empresa costuma fazer pesquisa de mercado para acompanhar os concorrentes?

5901 sim 5902 não

60 - Caso afirmativo, como a pesquisa realizada?

6001 através de comparação de preços 6004 elegendo comissão investigadora

6002 consulta a clientes 6005 consulta a fornecedores

6003 visitas a outras empresas 6006 outros _____

61 - Quais as vantagens de sua empresa em relação aos concorrentes?

6101 propaganda 6105 tele-entregas

6102 localização 6105 prazos

6103 promoções 6106 pontualidade

6104 preços 6107 outros _____

62 - Como você avalia a estrutura organizacional de sua empresa?

6201 eficiente 6203 participativa

6202 dinâmica 6204 precisa melhorar

63 - Você acha importante um planejamento dentro de uma empresa?

6301 sim 6302 não

64 - Sua empresa costuma planejar suas ações?

6401 sim 6402 não

65 - Caso afirmativo, qual a periodicidade desse planejamento?

6501 semanal 6503 mensal

6502 bimestral 6504 outros _____

66 - Como é feito esse planejamento?

6601 baseado em dados internos

6602 baseado em dados externos

6603 através de reuniões

6604 convocando todas as equipes

6605 outros _____

67 - Quem elabora o planejamento na sua empresa?

6701 funcionários 6704 administrador

6702 gerente 6705 outros _____

6703 sócio

68 - Uma política salarial bem planejada leva os funcionários ao comprometimento total?

6801 sim 6802 não

69 - Todos os participantes dessa empresa fazem parte desse processo?

6901 sim 6902 não

70 - Você acredita que o comprometimento do funcionário depende do salário que este recebe?

7001 sim 7002 não

71 - Você acha que sua empresa paga salários adequadamente?

7101 sim 7102 não

72 - A sua empresa costuma recompensar os funcionários quando as metas são alcançadas?

7201 sim 7202 não

73 - Caso afirmativo, qual o critério utilizado pela sua empresa para bonificação?

7301 criatividade 7304 pontualidade

7302 comprometimento 7305 outros _____

7303 desempenho de função

74 - Você acha que a empresa que paga em dia seus funcionários tem maior rendimento?

7401 sim 7402 não

75 - Você costuma reivindicar melhores salários da empresa?

7501 sim 7502 não

76 - Você está satisfeito com o seu salário?

7601 sim 7602 não

77 - Caso negativo, o que você faz para merecer um salário melhor?

7701 é pontual 7705 desempenho elevado

7702 é bastante criativo 7706 bom relacionamento

7703 é dedicado 7707 outros _____

7704 é comunicativo

78 - Seu salário é condizente com sua função?

7801 sim 7802 não

79 - Você acha que pode haver conflitos entre funcionários por causa dos salários?

7901 sim 7902 não

80 - Você sugere medidas para melhorar os salários?

8001 sim 8002 não

42 - Sua empresa motiva os funcionários a buscar serviços de qualidade?

4201 sim 4202 não

43 - Caso afirmativo, justifique.

4301 pra melhorar criatividade 4304 obter reconhecimento

4302 conquistar a clientela 4305 fazer valer o esforço

4303 buscar a aceitação do produto

44 - Os funcionários de sua empresa são unidos?

4401 sim 4402 não

45 - Caso afirmativo, diga por qual motivo.

4501 para alcançar objetivos 4505 pela carreira

4502 pela realização pessoal 4506 para se promoverem

4503 para receber elogios 4507 outros _____

4504 para vencer a concorrência

46 - A empresa costuma fazer eventos comemorativos para motivá-los?

4601 Sim 4602 Não

47 - Você participa de mais eventos?

4702 Sim 4702 Não

48 - Qual o seu grau de avaliação com relação a esses tipos de eventos?

4801 bom 4803 ruim

4802 razoável 4804 péssimo

49 - Em caso de bom, você dá total importância a esses eventos?

4901 sim 4902 não

50 - Você acha que o ambiente de trabalho é propício para que suas funções sejam melhor realizadas?

5001 sim 5002 não

51 - Caso negativo, como você acha que deveria ser?

5101 alegria entre todos 5104 interação

5102 interesse em participar 5105 harmonioso

5103 comunicação entre funcionários 5106 comprometimento por parte de todos

52 - Você acha a estrutura física da sua empresa adequada?

5201 sim 5202 não

53 - Caso afirmativo, como é o ambiente físico desta empresa?

5301 bom 5302 precisa melhorar

5302 regular

54 - Você acha que um ambiente físico bem estruturado eleva o astral dos participantes?

5401 sim 5402 não

55 - Sua empresa está preparada para a concorrência?

5501 sim 5502 não

56 - Caso afirmativo, relacione 3 afirmativas conforme a grau de importância?

5601 uso de computadores modernos

5602 computadores com acesso à internet

5603 cursos para capacitação de funcionários

5604 incentivos para funcionários com idéias inovadoras

5605 alta tecnologia

5606 possui máquinas de alta produtividade

5607 outros _____

57 - Caso negativo, o que fazer para melhorar?

5701 incremento de novos equipamentos

5702 manter os funcionários motivados

5703 igualdade de condição

5704 criar novos canais de serviços

5705 mudar o modelo de liderança

5706 implementar a informatização na empresa

5707 outros _____

58 - O mercado está cada vez mais exigente, o que sua empresa tem feito para se adaptar as mudanças?

5801 treinamento dos funcionários 5805 reciclagem

5802 cursos 5806 planejamentos

5803 reuniões periódicas 5807 palestras

5808 outros _____

59 - Sua empresa costuma fazer pesquisa de mercado para acompanhar os concorrentes?

5901 sim 5902 não

60 - Caso afirmativo, como a pesquisa realizada?

6001 através de comparação de preços 6004 elegendo comissão investigadora

6002 consulta a clientes 6005 consulta a fornecedores

6003 visitas a outras empresas 6006 outros _____

61 - Quais as vantagens de sua empresa em relação aos concorrentes?

6101 propaganda 6105 tele-entregas

6102 localização 6105 prazos

6103 promoções 6106 pontualidade

6104 preços 6107 outros _____

62 - Como você avalia a estrutura organizacional de sua empresa?

6201 eficiente 6203 participativa

6202 dinâmica 6204 precisa melhorar

63 - Você acha importante um planejamento dentro de uma empresa?

6301 sim 6302 não

64 - Sua empresa costuma planejar suas ações?

6401 sim 6402 não

65 - Caso afirmativo, qual a periodicidade desse planejamento?

6501 semanal 6503 mensal

6502 bimestral 6504 outros ANUAL

66 - Como é feito esse planejamento?

6601 baseado em dados internos

6602 baseado em dados externos

6603 através de reuniões

6604 convocando todas as equipes

6605 outros _____

67 - Quem elabora o planejamento na sua empresa?

6701 funcionários 6704 administrador

6702 gerente 6705 outros _____

6703 sócio

68 - Uma política salarial bem planejada leva os funcionários ao comprometimento total?

6801 sim 6802 não

69 - Todos os participantes dessa empresa fazem parte desse processo?

6901 sim 6902 não

70 - Você acredita que o comprometimento do funcionário depende do salário que este recebe?

7001 sim 7002 não

71 - Você acha que sua empresa paga salários adequadamente?

7101 sim 7102 não

72 - A sua empresa costuma recompensar os funcionários quando as metas são alcançadas?

7201 sim 7202 não

73 - Caso afirmativo, qual o critério utilizado pela sua empresa para bonificação?

7301 criatividade 7304 pontualidade

7302 comprometimento 7305 outros _____

7303 desempenho de função

74 - Você acha que a empresa que paga em dia seus funcionários tem maior rendimento?

7401 sim 7402 não

75 - Você costuma reivindicar melhores salários da empresa?

7501 sim 7502 não

76 - Você está satisfeito com o seu salário?

7601 sim 7602 não

77 - Caso negativo, o que você faz para merecer um salário melhor?

7701 é pontual 7705 desempenho elevado

7702 é bastante criativo 7706 bom relacionamento

7703 é dedicado 7707 outros _____

7704 é comunicativo

78 - Seu salário é condizente com sua função?

7801 sim 7802 não

79 - Você acha que pode haver conflitos entre funcionários por causa dos salários?

7901 sim 7902 não

80 - Você sugere medidas para melhorar os salários?

8001 sim 8002 não

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SÃO JOÃO DOS PATOS-MA.
QUESTIONÁRIOS PARA CLIENTES

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e conseqüentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios.

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolva-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 Até 20 anos 0204 De 41 a 50 anos
 0202 De 21 a 30 anos 0205 Acima de 50 anos
 0203 De 31 a 40 anos

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

04 - Grau de instrução:
 0401 1º grau incompleto
 0402 1º grau completo
 0403 2º grau incompleto
 0404 2º grau completo
 0405 3º grau incompleto
 0406 3º grau completo

05 - Você se considera um cliente exigente?
 0501 sim 0502 não

06 - Se afirmativo, por qual fator?
 0601 qualidade 0604 produtos
 0602 bom atendimento 0605 outros _____
 0603 bom serviço

07 - A empresa que lhe presta serviços tem:
 0701 bons produtos
 0702 entrega no prazo
 0703 serviços eficientes
 0704 qualidade no atendimento
 0705 outros _____

08 - Com que frequência você utiliza serviços dessa empresa?
 0801 anual 0804 semestral
 0802 bimestral 0805 trimestral
 0803 mensal 0806 outros _____

09 - A certificação de qualidade é fator determinante para você na hora da compra?
 0901 sim 0902 não

10 - Você procura obter informações sobre a qualidade dos produtos e serviços antes de utilizá-los?
 1001 sim 1003 não
 1002 às vezes

11 - Enumere pela ordem de sua preferência os fatores que contribuem decisivamente a empresa que executará seus serviços:
 1101 atendimento
 1102 qualidade
 1103 preços
 1104 prazos de entrega
 1105 outros _____

12 - Quais os aspectos que você costuma usar no momento da escolha do produto?
 1201 qualidade
 1202 aceitação do mercado
 1203 tipos de serviços e produtos
 1204 preços
 1205 não utiliza nenhum critério
 1206 outros _____

13 - Você é fiel à empresa que lhe oferece melhores condições de qualidade?
 1301 sim
 1302 não

14 - Se afirmativo, quais os fatores dessa fidelidade?
 1401 atendimento flexibilizado 1403 serviços de qualidade
 1402 confiança nos produtos 1404 outros _____

15 - Suas sugestões, críticas ou reclamações são aceitas pela empresa?
 1501 sim 1503 não
 1502 às vezes

16 - Em relação a novos produtos e serviços, a empresa presta alguma informação pra você?
 1601 em qualquer situação
 1602 no momento da compra
 1603 não presta nenhuma informação
 1604 procura informação por conta própria

17 - De que forma você é lembrado pela empresa?
 1701 na data do seu aniversário
 1702 lançamento de promoções
 1703 lançamento de novos produtos
 1704 outros _____

18 - Onde você obteve informações sobre a empresa?
 1801 anúncios de jornais e revistas 1803 outdoor
 1802 anúncios de rádio e tv 1804 amigos
 1805 outros _____

19 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento da aquisição dos produtos e serviços?
 1901 sim 1903 não
 1902 às vezes

20 - Caso afirmativo, por quê?
 2001 dinamiza o atendimento
 2002 dispensa intermediário
 2003 maior comodidade
 2004 agilidade no atendimento
 2005 outros _____

21 - Caso negativo, por quê?
 2101 equipamentos ultrapassados
 2102 apresentam problemas
 2103 são de difícil manuseio
 2104 outros _____

22 - Como você avalia o atendimento por parte da empresa?
 2201 cortez e personalizado
 2202 frio
 2203 impessoal
 2204 lento
 2205 duvidoso
 2206 eficiente
 2207 outros _____

23 - Qual a atitude da empresa com relação às suas reclamações e sugestões?
 2301 atencioso 2304 registra o fato
 2302 dá retorno 2305 é imparcial
 2303 não dá retorno 2306 outros _____

24 - Você já participou da pesquisa sobre o nosso atendimento?
 2401 sim
 2402 não

25 - Em caso positivo, qual a periodicidade?
 2501 constantemente
 2502 raramente
 2503 somente 1 vez
 2504 outros _____

26 - Qual seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento?
 2601 bom
 2602 regular
 2603 ruim
 2604 ótimo
 2605 outros _____

27 - Qual o perfil de um atendente?

2701 que detenha poder de decisão
 2702 atencioso
 2703 bem informado
 2704 simpático
 2705 bem humorado
 2706 qualificação
 2707 outros _____

28 - Um bom funcionário faz-se através de:

2801 treinamentos constantes
 2802 bom humor
 2803 experiência no cargo ou função que desempenha
 2804 boa remuneração
 2805 qualificação profissional
 2806 outros _____

29 - Qual contato é estabelecido entre você e o funcionário após o atendimento prestado?

2901 telefonema certificando a qualidade do mesmo
 2902 cartão com número de telefone
 2903 um agradecimento
 2904 relacionamento de amizade
 2905 nenhum contato
 2906 outros _____

30 - Como você avalia o atendimento com a utilização de novas tecnologias?

3001 satisfatório
 3002 complicado
 3003 excelente
 3004 precisa melhorar

31 - Os funcionários da empresa são prestativos?

3101 sim
 3102 às vezes
 3103 não

32 - Você já se sentiu discriminado ao ser atendido?

3201 sim
 3202 não

33 - Caso positivo, especifique por quem:

3301 gerente
 3302 atendente
 3303 funcionários
 3304 supervisor
 3305 outros _____

34 - Após atendimento indevido, você reivindicou seus direitos?

3401 sim
 3402 não

35 - Caso positivo, responda: A solução tomada foi:

3501 ao seu favor
 3502 a favor da empresa
 3503 bom para ambas as partes
 3504 ainda não foi resolvida
 3505 outros _____

36 - A empresa demonstra preocupação com sua satisfação em relação a produtos e serviços prestados?

3601 sim
 3602 não

37 - Você já recebeu ou recebe atendimento diferenciado?

3701 sim
 3702 não

38 - A empresa lhe comunica quando há lançamento de novos produtos ou serviços prestados?

3801 sim
 3802 às vezes
 3803 não

39 - Você confia nos canais de atendimentos alternativo oferecidos pela empresa?

3901 sim
 3902 não

40 - O ambiente físico da empresa é:

4001 caloroso
 4002 agradável
 4003 muito frio
 4004 outros _____

41 - Você recebe orientação de como se deve utilizar produtos ou serviços da empresa?

4101 sim
 4102 às vezes
 4103 não

42 - A empresa dá as informações que você necessita dos produtos e serviços?

4201 sim
 4202 às vezes
 4203 não

43 - Os funcionários da empresa são qualificados?

4301 sim
 4302 o suficiente
 4303 não

44 - Na sua opinião, cliente satisfeito é cliente fiel?

4401 sim
 4402 não

45 - Você é fiel a esta empresa?

4501 sim
 4502 não

46 - Caso positivo, por quê?

4601 bom atendimento
 4602 qualidade nos produtos e serviços
 4603 tecnologia avançada
 4604 comodidade
 4605 credibilidade
 4606 preços acessíveis
 4607 outros _____

47 - Caso negativo, por quê?

4701 preços altos
 4702 demora no atendimento
 4703 recursos tecnológicos ultrapassados
 4704 empresa muito burocrática
 4705 credibilidade duvidosa
 4706 mau atendimento
 4707 outros _____

48 - Quanto ao atendimento que lhe é dispensado você está?

4801 satisfeito
 4802 muito satisfeito
 4803 insatisfeito
 4804 muito insatisfeito

49 - Relacione o atendimento desta empresa com outras empresas:

4901 excelente
 4902 regular
 4903 péssimo
 4904 bom atendimento
 4905 ruim
 4906 outros _____

50 - Recomenda a empresa à outras pessoas?

5001 sim
 5002 não

51 - Você gostaria que houvesse mais empresas nesta cidade?

5101 sim
 5102 não

52 - Caso afirmativo, por quê?

5201 aumentar a concorrência
 5202 baixar os preços
 5203 tirar a tranquilidade
 5204 dar mais opções
 5205 arrecadar mais impostos
 5206 oferecer mais empregos
 5207 outros _____

53 - Caso negativo, por quê?

5301 já tem suficientes
 5302 atrai marginais
 5303 tira tranquilidade
 5304 não traz progresso
 5305 compromete o meio ambiente
 5306 outros _____

54 - Qual o ramo comercial mais escasso no seu município?

5401 supermercado
 5402 postos combustíveis
 5403 farmácias
 5404 auto peças
 5405 floricultura
 5406 atacado
 5407 varejo
 5408 outros _____

55 - Qual o setor de prestação de serviços mais deficiente?

5501 bancário
 5502 hoteleiro
 5503 gráfico
 5504 mecânico
 5505 hospitalar
 5506 de cobranças
 5507 dentário
 5508 outros _____

56 - Do que você mais gosta na empresa?

5601 das promoções
 5602 do atendimento
 5603 dos produtos
 5604 dos serviços
 5605 da qualidade
 5606 dos preços
 5607 outros _____

57 - Você sentiu-se importante ao participar desta pesquisa para cooperar com os estudantes do Curso de Administração de Negócios?

5701 sim
 5702 não

**A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SÃO JOÃO DOS PATOS-MA.
QUESTIONÁRIOS PARA CLIENTES**

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e consequentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. 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 Até 20 anos 0204 De 41 a 50 anos
 0202 De 21 a 30 anos 0205 Acima de 50 anos
 0203 De 31 a 40 anos

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

04 - Grau de instrução:
 0401 1º grau incompleto
 0402 1º grau completo
 0403 2º grau incompleto
 0404 2º grau completo
 0405 3º grau incompleto
 0406 3º grau completo

05 - Você se considera um cliente exigente?
 0501 sim 0502 não

06 - Se afirmativo, por qual fator?
 0601 qualidade 0604 produtos
 0602 bom atendimento 0605 outros _____
 0603 bom serviço

07 - A empresa que lhe presta serviços tem:
 0701 bons produtos
 0702 entrega no prazo
 0703 serviços eficientes
 0704 qualidade no atendimento
 0705 outros _____

08 - Com que frequência você utiliza serviços dessa empresa?
 0801 anual 0804 semestral
 0802 bimestral 0805 trimestral
 0803 mensal 0806 outros _____

09 - A certificação de qualidade é fator determinante para você na hora da compra?
 0901 sim 0902 não

10 - Você procura obter informações sobre a qualidade dos produtos e serviços antes de utilizá-los?
 1001 sim 1003 não
 1002 às vezes

11 - Enumere pela ordem de sua preferência os fatores que contribuem decisivamente a empresa que executará seus serviços:
 1101 atendimento
 1102 qualidade
 1103 preços
 1104 prazos de entrega
 1105 outros _____

12 - Quais os aspectos que você costuma usar no momento da escolha do produto?
 1201 qualidade
 1202 aceitação do mercado
 1203 tipos de serviços e produtos
 1204 preços
 1205 não utiliza nenhum critério
 1206 outros _____

13 - Você é fiel à empresa que lhe oferece melhores condições de qualidade?
 1301 sim
 1302 não

14 - Se afirmativo, quais os fatores dessa fidelidade?
 1401 atendimento flexibilizado 1403 serviços de qualidade
 1402 confiança nos produtos 1404 outros _____

15 - Suas sugestões, críticas ou reclamações são aceitas pela empresa?
 1501 sim 1503 não
 1502 às vezes

16 - Em relação a novos produtos e serviços, a empresa presta alguma informação pra você?
 1601 em qualquer situação
 1602 no momento da compra
 1603 não presta nenhuma informação
 1604 procura informação por conta própria

17 - De que forma você é lembrado pela empresa?
 1701 na data do seu aniversário
 1702 lançamento de promoções
 1703 lançamento de novos produtos
 1704 outros _____

18 - Onde você obteve informações sobre a empresa?
 1801 anúncios de jornais e revistas 1803 outdoor
 1802 anúncios de rádio e tv 1804 amigos
 1805 outros _____

19 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento da aquisição dos produtos e serviços?
 1901 sim 1903 não
 1902 às vezes

20 - Caso afirmativo, por quê?
 2001 dinamiza o atendimento
 2002 dispensa intermediário
 2003 maior comodidade
 2004 agilidade no atendimento
 2005 outros _____

21 - Caso negativo, por quê?
 2101 equipamentos ultrapassados
 2102 apresentam problemas
 2103 são de difícil manuseio
 2104 outros _____

22 - Como você avalia o atendimento por parte da empresa?
 2201 cortez e personalizado
 2202 frio
 2203 impessoal
 2204 lento
 2205 duvidoso
 2206 eficiente
 2207 outros _____

23 - Qual a atitude da empresa com relação às suas reclamações e sugestões?
 2301 atencioso 2304 registra o fato
 2302 dá retorno 2305 é imparcial
 2303 não dá retorno 2306 outros _____

24 - Você já participou da pesquisa sobre o nosso atendimento?
 2401 sim
 2402 não

25 - Em caso positivo, qual a periodicidade?
 2501 constantemente
 2502 raramente
 2503 somente 1 vez
 2504 outros _____

26 - Qual seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento?
 2601 bom
 2602 regular
 2603 ruim
 2604 ótimo
 2605 outros _____

27 - Qual o perfil de um atendente?

- 2701 que detenha poder de
 2702 decisão
 2703 atencioso
 2704 bem informado
- 2705 simpático
 2706 bem humorado
 2707 qualificação
 2708 outros

28 - Um bom funcionário faz-se através de:

- 2801 treinamentos constantes
 2802 bom humor
 2803 experiência no cargo ou função que desempenha
 2804 boa remuneração
 2805 qualificação profissional
 2806 outros

29 - Qual contato é estabelecido entre você e o funcionário após o atendimento prestado?

- 2901 telefonema certificando a qualidade de mesmo
 2902 cartão com número de telefone
 2903 um agradecimento
 2904 relacionamento de amizade
 2905 nenhum contato
 2906 outros

30 - Como você avalia o atendimento com a utilização de novas tecnologias?

- 3001 satisfatório
 3002 complicado
- 3003 excelente
 3004 precisa melhorar

31 - Os funcionários da empresa são prestativos?

- 3101 sim
 3102 às vezes
- 3103 não

32 - Você já se sentiu discriminado ao ser atendido?

- 3201 sim
 3202 não

33 - Caso positivo, especifique por quem.

- 3301 gerente
 3302 atendente
 3303 funcionários
- 3304 supervisor
 3305 outros

34 - Após atendimento indevido, você reivindicou seus direitos?

- 3401 sim
 3402 não

35 - Caso positivo, responda: A solução tomada foi:

- 3501 ao seu favor
 3502 a favor da empresa
 3503 bom para ambas as partes
- 3504 ainda não foi resolvida
 3505 outros

36 - A empresa demonstra preocupação com sua satisfação em relação a produtos e serviços prestados?

- 3601 sim
 3602 não

37 - Você já recebeu ou recebe atendimento diferenciado?

- 3701 sim
 3702 não

38 - A empresa lhe comunica quando há lançamento de novos produtos ou serviços prestados?

- 3801 sim
 3802 às vezes
- 3803 não

39 - Você confia nos canais de atendimentos alternativo oferecidos pela empresa?

- 3901 sim
 3902 não

40 - O ambiente físico da empresa é:

- 4001 caloroso
 4002 agradável
- 4003 muito frio
 4004 outros

41 - Você recebe orientação de como se deve utilizar produtos ou serviços da empresa?

- 4101 sim
 4102 às vezes
- 4103 não

42 - A empresa dá as informações que você necessita dos produtos e serviços?

- 4201 sim
 4202 às vezes
- 4203 não

43 - Os funcionários da empresa são qualificados?

- 4301 sim
 4302 o suficiente
- 4303 não

44 - Na sua opinião, cliente satisfeito é cliente fiel?

- 4401 sim
 4402 não

45 - Você é fiel a esta empresa?

- 4501 sim
 4502 não

46 - Caso positivo, por que?

- 4601 bom atendimento
 4602 qualidade nos produtos e serviços
 4603 tecnologia avançada
 4604 comodidade
 4605 credibilidade
 4606 preços acessíveis
 4607 outros

47 - Caso negativo, por que?

- 4701 preços altos
 4702 demora no atendimento
 4703 recursos tecnológicos ultrapassados
 4704 empresa muito burocrática
 4705 credibilidade duvidosa
 4706 mau atendimento
 4707 outros

48 - Quanto ao atendimento que lhe é dispensado você está?

- 4801 satisfeito
 4802 muito satisfeito
 4803 insatisfeito
 4804 muito insatisfeito

49 - Relacione o atendimento desta empresa com outras empresas.

- 4901 excelente
 4902 regular
 4903 péssimo
- 4904 bom atendimento
 4905 ruim
 4906 outros

50 - Recomenda a empresa à outras pessoas?

- 5001 sim
 5002 não

51 - Você gostaria que houvesse mais empresas nesta cidade?

- 5101 sim
 5102 não

52 - Caso afirmativo, por quê?

- 5201 aumentar a concorrência
 5202 baixar os preços
 5203 tirar a tranquilidade
 5204 dar mais opções
 5205 arrecadar mais impostos
 5206 oferecer mais empregos
 5207 outros

53 - Caso negativo, por que?

- 5301 já tem suficientes
 5302 atraí marginais
 5303 tira tranquilidade
 5304 não traz progresso
 5305 compromete o meio ambiente
 5306 outros

54 - Qual o ramo comercial mais escasso no seu município?

- 5401 supermercado
 5402 postos combustíveis
 5403 farmácias
 5404 auto peças
 5405 floricultura
 5406 atacado
 5407 varejo
 5408 outros

55 - Qual o setor de prestação de serviços mais deficiente?

- 5501 bancário
 5502 hoteleiro
 5503 gráfico
 5504 mecânico
- 5505 hospitalar
 5506 de cobranças
 5507 dentário
 5508 outros

56 - Do que você mais gosta na empresa?

- 5601 das promoções
 5602 do atendimento
 5603 dos produtos
 5604 dos serviços
 5605 da qualidade
 5606 dos preços
 5607 outros

57 - Você sentiu-se importante ao participar desta pesquisa para cooperar com os estudantes do Curso de Administração de Negócios?

- 5701 sim
 5702 não

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SÃO JOÃO DOS PATOS-MA.

QUESTIONÁRIOS PARA CLIENTES

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e conseqüentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios.

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 Até 20 anos 0204 De 41 a 50 anos
 0202 De 21 a 30 anos 0205 Acima de 50 anos
 0203 De 31 a 40 anos

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

04 - Grau de instrução:
 0401 1º grau incompleto
 0402 1º grau completo
 0403 2º grau incompleto
 0404 2º grau completo
 0405 3º grau incompleto
 0406 3º grau completo

05 - Você se considera um cliente exigente?
 0501 sim 0502 não

06 - Se afirmativo, por qual fator?
 0601 qualidade 0604 produtos
 0602 bom atendimento 0605 outros _____
 0603 bom serviço

07 - A empresa que lhe presta serviços tem:
 0701 bons produtos
 0702 entrega no prazo
 0703 serviços eficientes
 0704 qualidade no atendimento
 0705 outros _____

08 - Com que frequência você utiliza serviços dessa empresa?
 0801 anual 0804 semestral
 0802 bimestral 0805 trimestral
 0803 mensal 0806 outros _____

09 - A certificação de qualidade é fator determinante para você na hora da compra?
 0901 sim 0902 não

10 - Você procura obter informações sobre a qualidade dos produtos e serviços antes de utilizá-los?
 1001 sim 1003 não
 1002 às vezes

11 - Enumere pela ordem de sua preferência os fatores que contribuem decisivamente a empresa que executará seus serviços:
 1101 atendimento
 1102 qualidade
 1103 preços
 1104 prazos de entrega
 1105 outros _____

12 - Quais os aspectos que você costuma usar no momento da escolha do produto?
 1201 qualidade
 1202 aceitação do mercado
 1203 tipos de serviços e produtos
 1204 preços
 1205 não utiliza nenhum critério
 1206 outros _____

13 - Você é fiel à empresa que lhe oferece melhores condições de qualidade?
 1301 sim
 1302 não

14 - Se afirmativo, quais os fatores dessa fidelidade?
 1401 atendimento flexibilizado 1403 serviços de qualidade
 1402 confiança nos produtos 1404 outros _____

15 - Suas sugestões, críticas ou reclamações são aceitas pela empresa?
 1501 sim 1503 não
 1502 às vezes

16 - Em relação a novos produtos e serviços, a empresa presta alguma informação pra você?
 1601 em qualquer situação
 1602 no momento da compra
 1603 não presta nenhuma informação
 1604 procura informação por conta própria

17 - De que forma você é lembrado pela empresa?
 1701 na data do seu aniversário
 1702 lançamento de promoções
 1703 lançamento de novos produtos
 1704 outros _____

18 - Onde você obteve informações sobre a empresa?
 1801 anúncios de jornais e revistas 1803 outdoor
 1802 anúncios de rádio e tv 1804 amigos
 1805 outros _____

19 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento da aquisição dos produtos e serviços?
 1901 sim 1903 não
 1902 às vezes

20 - Caso afirmativo, por quê?
 2001 dinamiza o atendimento
 2002 dispensa intermediário
 2003 maior comodidade
 2004 agilidade no atendimento
 2005 outros _____

21 - Caso negativo, por quê?
 2101 equipamentos ultrapassados
 2102 apresentam problemas
 2103 são de difícil manuseio
 2104 outros _____

22 - Como você avalia o atendimento por parte da empresa?
 2201 cortez e personalizado
 2202 frio
 2203 impessoal
 2204 lento
 2205 duvidoso
 2206 eficiente
 2207 outros _____

23 - Qual a atitude da empresa com relação às suas reclamações e sugestões?
 2301 atencioso 2304 registra o fato
 2302 dá retorno 2305 é imparcial
 2303 não dá retorno 2306 outros _____

24 - Você já participou da pesquisa sobre o nosso atendimento?
 2401 sim
 2402 não

25 - Em caso positivo, qual a periodicidade?
 2501 constantemente
 2502 raramente
 2503 somente 1 vez
 2504 outros _____

26 - Qual seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento?
 2601 bom
 2602 regular
 2603 ruim
 2604 ótimo
 2605 outros _____

27 - Qual o perfil de um atendente?

- 2701 que detenha poder de
- 2702 decisão
- 2703 atencioso
- 2704 bem informado
- 2705 simpático
- 2706 bem humorado
- 2707 qualificação
- 2708 outros _____

28 - Um bom funcionário faz-se através de:

- 2801 treinamentos constantes
- 2802 bom humor
- 2803 experiência no cargo ou função que desempenha
- 2804 boa remuneração
- 2805 qualificação profissional
- 2806 outros _____

29 - Qual contato é estabelecido entre você e o funcionário após o atendimento prestado?

- 2901 telefonema certificando a qualidade do mesmo
- 2902 cartão com número de telefone
- 2903 um agradecimento
- 2904 relacionamento de amizade
- 2905 nenhum contato
- 2906 outros _____

30 - Como você avalia o atendimento com a utilização de novas tecnologias?

- 3001 satisfatório
- 3002 complicado
- 3003 excelente
- 3004 precisa melhorar

31 - Os funcionários da empresa são prestativos?

- 3101 sim
- 3102 às vezes
- 3103 não

32 - Você já se sentiu discriminado ao ser atendido?

- 3201 sim
- 3202 não

33 - Caso positivo, especifique por quem.

- 3301 gerente
- 3302 atendente
- 3303 funcionários
- 3304 supervisor
- 3305 outros _____

34 - Após atendimento indevido, você reivindicou seus direitos?

- 3401 sim
- 3402 não

35 - Caso positivo, responda: A solução tomada foi:

- 3501 ao seu favor
- 3502 a favor da empresa
- 3503 bom para ambas as partes
- 3504 ainda não foi resolvida
- 3505 outros _____

36 - A empresa demonstra preocupação com sua satisfação em relação a produtos e serviços prestados?

- 3601 sim
- 3602 não

37 - Você já recebeu ou recebe atendimento diferenciado?

- 3701 sim
- 3702 não

38 - A empresa lhe comunica quando há lançamento de novos produtos ou serviços prestados?

- 3801 sim
- 3802 às vezes
- 3803 não

39 - Você confia nos canais de atendimentos alternativo oferecidos pela empresa?

- 3901 sim
- 3902 não

40 - O ambiente físico da empresa é:

- 4001 caloroso
- 4002 agradável
- 4003 muito frio
- 4004 outros _____

41 - Você recebe orientação de como se deve utilizar produtos ou serviços da empresa?

- 4101 sim
- 4102 às vezes
- 4103 não

42 - A empresa dá as informações que você necessita dos produtos e serviços?

- 4201 sim
- 4202 às vezes
- 4203 não

43 - Os funcionários da empresa são qualificados?

- 4301 sim
- 4302 o suficiente
- 4303 não

44 - Na sua opinião, cliente satisfeito é cliente fiel?

- 4401 sim
- 4402 não

45 - Você é fiel a esta empresa?

- 4501 sim
- 4502 não

46 - Caso positivo, por que?

- 4601 bom atendimento
- 4602 qualidade nos produtos e serviços
- 4603 tecnologia avançada
- 4604 comodidade
- 4605 credibilidade
- 4606 preços acessíveis
- 4607 outros _____

47 - Caso negativo, por que?

- 4701 preços altos
- 4702 demora no atendimento
- 4703 recursos tecnológicos ultrapassados
- 4704 empresa muito burocrática
- 4705 credibilidade duvidosa
- 4706 mau atendimento
- 4707 outros _____

48 - Quanto ao atendimento que lhe é dispensado você está?

- 4801 satisfeito
- 4802 muito satisfeito
- 4803 insatisfeito
- 4804 muito insatisfeito

49 - Relacione o atendimento desta empresa com outras empresas.

- 4901 excelente
- 4902 regular
- 4903 péssimo
- 4904 bom atendimento
- 4905 ruim
- 4906 outros _____

50 - Recomenda a empresa à outras pessoas?

- 5001 sim
- 5002 não

51 - Você gostaria que houvesse mais empresas nesta cidade?

- 5101 sim
- 5102 não

52 - Caso afirmativo, por que?

- 5201 aumentar a concorrência
- 5202 baixar os preços
- 5203 tirar a tranquilidade
- 5204 dar mais opções
- 5205 arrecadar mais impostos
- 5206 oferecer mais empregos
- 5207 outros _____

53 - Caso negativo, por que?

- 5301 já tem suficientes
- 5302 atrai marginais
- 5303 tira tranquilidade
- 5304 não traz progresso
- 5305 compromete o meio ambiente
- 5306 outros _____

54 - Qual o ramo comercial mais escasso no seu município?

- 5401 supermercado
- 5402 postos combustíveis
- 5403 farmácias
- 5404 auto peças
- 5405 floricultura
- 5406 atacado
- 5407 varejo
- 5408 outros _____

55 - Qual o setor de prestação de serviços mais deficiente?

- 5501 bancário
- 5502 hoteleiro
- 5503 gráfico
- 5504 mecânico
- 5505 hospitalar
- 5506 de cobranças
- 5507 dentário
- 5508 outros _____

56 - Do que você mais gosta na empresa?

- 5601 das promoções
- 5602 do atendimento
- 5603 dos produtos
- 5604 dos serviços
- 5605 da qualidade
- 5606 dos preços
- 5607 outros _____

57 - Você sentiu-se importante ao participar desta pesquisa para cooperar com os estudantes do Curso de Administração de Negócios?

- 5701 sim
- 5702 não

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SÃO JOÃO DOS PATOS-MA.
QUESTIONÁRIOS PARA CLIENTES *Porto São João*

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e consequentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios. 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 Até 20 anos 0204 De 41 a 50 anos
 0202 De 21 a 30 anos 0205 Acima de 50 anos
 0203 De 31 a 40 anos

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

04 - Grau de instrução:
 0401 1º grau incompleto
 0402 1º grau completo
 0403 2º grau incompleto
 0404 2º grau completo
 0405 3º grau incompleto
 0406 3º grau completo

05 - Você se considera um cliente exigente?
 0501 sim 0502 não

06 - Se afirmativo, por qual fator?
 0601 qualidade 0604 produtos
 0602 bom atendimento 0605 outros _____
 0603 bom serviço

07 - A empresa que lhe presta serviços tem:
 0701 bons produtos
 0702 entrega no prazo
 0703 serviços eficientes
 0704 qualidade no atendimento
 0705 outros _____

08 - Com que frequência você utiliza serviços dessa empresa?
 0801 anual 0804 semestral
 0802 bimestral 0805 trimestral
 0803 mensal 0806 outros SEMANALMENTE

09 - A certificação de qualidade é fator determinante para você na hora da compra?
 0901 sim 0902 não

10 - Você procura obter informações sobre a qualidade dos produtos e serviços antes de utilizá-los?
 1001 sim 1003 não
 1002 às vezes

11 - Enumere pela ordem de sua preferência os fatores que contribuem decisivamente a empresa que executará seus serviços:
 1101 3 atendimento
 1102 1 qualidade
 1103 2 preços
 1104 prazos de entrega
 1105 outros _____

12 - Quais os aspectos que você costuma usar no momento da escolha do produto?
 1201 qualidade
 1202 aceitação do mercado
 1203 tipos de serviços e produtos
 1204 preços
 1205 não utiliza nenhum critério
 1206 outros _____

13 - Você é fiel à empresa que lhe oferece melhores condições de qualidade?
 1301 sim
 1302 não

14 - Se afirmativo, quais os fatores dessa fidelidade?
 1401 atendimento flexibilizado 1403 serviços de qualidade
 1402 confiança nos produtos 1404 outros _____

15 - Suas sugestões, críticas ou reclamações são aceitas pela empresa?
 1501 sim 1503 não
 1502 às vezes

16 - Em relação a novos produtos e serviços, a empresa presta alguma informação pra você?
 1601 em qualquer situação
 1602 no momento da compra
 1603 não presta nenhuma informação
 1604 procura informação por conta própria

17 - De que forma você é lembrado pela empresa?
 1701 na data do seu aniversário
 1702 lançamento de promoções
 1703 lançamento de novos produtos
 1704 outros _____

18 - Onde você obteve informações sobre a empresa?
 1801 anúncios de jornais e revistas 1803 outdoor
 1802 anúncios de rádio e tv 1804 amigos
 1805 outros _____

19 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento da aquisição dos produtos e serviços?
 1901 sim 1903 não
 1902 às vezes

20 - Caso afirmativo, por quê?
 2001 dinamiza o atendimento
 2002 dispensa intermediário
 2003 maior comodidade
 2004 agilidade no atendimento
 2005 outros _____

21 - Caso negativo, por quê?
 2101 equipamentos ultrapassados
 2102 apresentam problemas
 2103 são de difícil manuseio
 2104 outros _____

22 - Como você avalia o atendimento por parte da empresa?
 2201 cortez e personalizado
 2202 frio
 2203 impessoal
 2204 lento
 2205 duvidoso
 2206 eficiente
 2207 outros _____

23 - Qual a atitude da empresa com relação às suas reclamações e sugestões?
 2301 atencioso 2304 registra o fato
 2302 dá retorno 2305 é imparcial
 2303 não dá retorno 2306 outros _____

24 - Você já participou da pesquisa sobre o nosso atendimento?
 2401 sim
 2402 não

25 - Em caso positivo, qual a periodicidade?
 2501 constantemente
 2502 raramente
 2503 somente 1 vez
 2504 outros _____

26 - Qual seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento?
 2601 bom
 2602 regular
 2603 ruim
 2604 ótimo
 2605 outros _____

27 - Qual o perfil de um atendente?

2701 que detenha poder de
 2702 decisão
 2703 atencioso
 2704 bem informado

2705 simpático
 2706 bem humorado
 2707 qualificação
 2708 outros

28 - Um bom funcionário faz-se através de:

2801 treinamentos constantes
 2802 bom humor
 2803 experiência no cargo ou função que desempenha
 2804 boa remuneração
 2805 qualificação profissional
 2806 outros

29 - Qual contato é estabelecido entre você e o funcionário após o atendimento prestado?

2901 telefonema certificando a qualidade do mesmo
 2902 cartão com número de telefone
 2903 um agradecimento
 2904 relacionamento de amizade
 2905 nenhum contato
 2906 outros

30 - Como você avalia o atendimento com a utilização de novas tecnologias?

3001 satisfatório
 3002 complicado
 3003 excelente
 3004 precisa melhorar

31 - Os funcionários da empresa são prestativos?

3101 sim
 3102 às vezes
 3103 não

32 - Você já se sentiu discriminado ao ser atendido?

3201 sim
 3202 não

33 - Caso positivo, especifique por quem.

3301 gerente
 3302 atendente
 3303 funcionários
 3304 supervisor
 3305 outros

34 - Após atendimento indevido, você reivindicou seus direitos?

3401 sim
 3402 não

35 - Caso positivo, responda: A solução tomada foi:

3501 ao seu favor
 3502 a favor da empresa
 3503 bom para ambas as partes
 3504 ainda não foi resolvida
 3505 outros

36 - A empresa demonstra preocupação com sua satisfação em relação a produtos e serviços prestados?

3601 sim
 3602 não

37 - Você já recebeu ou recebe atendimento diferenciado?

3701 sim
 3702 não

38 - A empresa lhe comunica quando há lançamento de novos produtos ou serviços prestados?

3801 sim
 3802 às vezes
 3803 não

39 - Você confia nos canais de atendimentos alternativo oferecidos pela empresa?

3901 sim
 3902 não

40 - O ambiente físico da empresa é:

4001 caloroso
 4002 agradável
 4003 muito frio
 4004 outros

41 - Você recebe orientação de como se deve utilizar produtos ou serviços da empresa?

4101 sim
 4102 às vezes
 4103 não

42 - A empresa dá as informações que você necessita dos produtos e serviços?

4201 sim
 4202 às vezes
 4203 não

43 - Os funcionários da empresa são qualificados?

4301 sim
 4302 o suficiente
 4303 não

44 - Na sua opinião, cliente satisfeito é cliente fiel?

4401 sim
 4402 não

45 - Você é fiel a esta empresa?

4501 sim
 4502 não

46 - Caso positivo, por que?

4601 bom atendimento
 4602 qualidade nos produtos e serviços
 4603 tecnologia avançada
 4604 comodidade
 4605 credibilidade
 4606 preços acessíveis
 4607 outros

47 - Caso negativo, por que?

4701 preços altos
 4702 demora no atendimento
 4703 recursos tecnológicos ultrapassados
 4704 empresa muito burocrática
 4705 credibilidade duvidosa
 4706 mau atendimento
 4707 outros

48 - Quanto ao atendimento que lhe é dispensado você está?

4801 satisfeito
 4802 muito satisfeito
 4803 insatisfeito
 4804 muito insatisfeito

49 - Relacione o atendimento desta empresa com outras empresas.

4901 excelente
 4902 regular
 4903 péssimo
 4904 bom atendimento
 4905 ruim
 4906 outros

50 - Recomenda a empresa à outras pessoas?

5001 sim
 5002 não

51 - Você gostaria que houvesse mais empresas nesta cidade?

5101 sim
 5102 não

52 - Caso afirmativo, por que?

5201 aumentar a concorrência
 5202 baixar os preços
 5203 tirar a tranquilidade
 5204 dar mais opções
 5205 arrecadar mais impostos
 5206 oferecer mais empregos
 5207 outros

53 - Caso negativo, por que?

5301 já tem suficientes
 5302 atrai marginais
 5303 tira tranquilidade
 5304 não traz progresso
 5305 compromete o meio ambiente
 5306 outros

54 - Qual o ramo comercial mais escasso no seu município?

5401 supermercado
 5402 postos combustíveis
 5403 farmácias
 5404 auto peças
 5405 floricultura
 5406 atacado
 5407 varejo
 5408 outros

55 - Qual o setor de prestação de serviços mais deficiente?

5501 bancário
 5502 hoteleiro
 5503 gráfico
 5504 mecânico
 5505 hospitalar
 5506 de cobranças
 5507 dentário
 5508 outros

56 - Do que você mais gosta na empresa?

5601 das promoções
 5602 do atendimento
 5603 dos produtos
 5604 dos serviços
 5605 da qualidade
 5606 dos preços
 5607 outros

57 - Você sentiu-se importante ao participar desta pesquisa para cooperar com os estudantes do Curso de Administração de Negócios?

5701 sim
 5702 não

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SÃO JOÃO DOS PATOS-MA.
QUESTIONÁRIOS PARA CLIENTES *P.S.T.*

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e conseqüentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios.

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolva-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"/> 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 type="checkbox"/> 1º grau incompleto 0402 <input checked="" type="checkbox"/> 1º grau completo 0403 <input type="checkbox"/> 2º grau incompleto 0404 <input type="checkbox"/> 2º grau completo 0405 <input type="checkbox"/> 3º grau incompleto 0406 <input type="checkbox"/> 3º grau completo</p> <p>05 - Você se considera um cliente exigente? 0501 <input checked="" type="checkbox"/> sim 0502 <input type="checkbox"/> não</p> <p>06 - Se afirmativo, por qual fator? 0601 <input checked="" type="checkbox"/> qualidade 0604 <input type="checkbox"/> produtos 0602 <input type="checkbox"/> bom atendimento 0605 <input type="checkbox"/> outros _____ 0603 <input type="checkbox"/> bom serviço</p> <p>07 - A empresa que lhe presta serviços tem: 0701 <input checked="" type="checkbox"/> bons produtos 0702 <input type="checkbox"/> entrega no prazo 0703 <input type="checkbox"/> serviços eficientes 0704 <input type="checkbox"/> qualidade no atendimento 0705 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>08 - Com que frequência você utiliza serviços dessa empresa? 0801 <input type="checkbox"/> anual 0804 <input type="checkbox"/> semestral 0802 <input type="checkbox"/> bimestral 0805 <input type="checkbox"/> trimestral 0803 <input type="checkbox"/> mensal 0806 <input checked="" type="checkbox"/> outros <i>Semanal</i></p> <p>09 - A certificação de qualidade é fator determinante para você na hora da compra? 0901 <input checked="" type="checkbox"/> sim 0902 <input type="checkbox"/> não</p> <p>10 - Você procura obter informações sobre a qualidade dos produtos e serviços antes de utilizá-los? 1001 <input checked="" type="checkbox"/> sim 1003 <input type="checkbox"/> não 1002 <input type="checkbox"/> às vezes</p> <p>11 - Enumere pela ordem de sua preferência os fatores que contribuem decisivamente a empresa que executará seus serviços: 1101 <input type="checkbox"/> atendimento 1102 <input checked="" type="checkbox"/> qualidade 1103 <input type="checkbox"/> preços 1104 <input type="checkbox"/> prazos de entrega 1105 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>12 - Quais os aspectos que você costuma usar no momento da escolha do produto? 1201 <input checked="" type="checkbox"/> qualidade 1202 <input type="checkbox"/> aceitação do mercado 1203 <input type="checkbox"/> tipos de serviços e produtos 1204 <input type="checkbox"/> preços 1205 <input type="checkbox"/> não utiliza nenhum critério 1206 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>13 - Você é fiel à empresa que lhe oferece melhores condições de qualidade? 1301 <input checked="" type="checkbox"/> sim 1302 <input type="checkbox"/> não</p> <p>14 - Se afirmativo, quais os fatores dessa fidelidade? 1401 <input type="checkbox"/> atendimento flexibilizado 1403 <input checked="" type="checkbox"/> serviços de qualidade 1402 <input type="checkbox"/> confiança nos produtos 1404 <input type="checkbox"/> outros _____</p>	<p>15 - Suas sugestões, críticas ou reclamações são aceitas pela empresa? 1501 <input checked="" type="checkbox"/> sim 1503 <input type="checkbox"/> não 1502 <input type="checkbox"/> às vezes</p> <p>16 - Em relação a novos produtos e serviços, a empresa presta alguma informação pra você? 1601 <input checked="" type="checkbox"/> em qualquer situação 1602 <input type="checkbox"/> no momento da compra 1603 <input type="checkbox"/> não presta nenhuma informação 1604 <input type="checkbox"/> procura informação por conta própria</p> <p>17 - De que forma você é lembrado pela empresa? 1701 <input type="checkbox"/> na data do seu aniversário 1702 <input type="checkbox"/> lançamento de promoções 1703 <input checked="" type="checkbox"/> lançamento de novos produtos 1704 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>18 - Onde você obteve informações sobre a empresa? 1801 <input type="checkbox"/> anúncios de jornais e revistas 1803 <input type="checkbox"/> outdoor 1802 <input type="checkbox"/> anúncios de rádio e tv 1804 <input checked="" type="checkbox"/> amigos 1805 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>19 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento da aquisição dos produtos e serviços? 1901 <input checked="" type="checkbox"/> sim 1903 <input type="checkbox"/> não 1902 <input type="checkbox"/> às vezes</p> <p>20 - Caso afirmativo, por quê? 2001 <input type="checkbox"/> dinamiza o atendimento 2002 <input type="checkbox"/> dispensa intermediário 2003 <input checked="" type="checkbox"/> maior comodidade 2004 <input type="checkbox"/> agilidade no atendimento 2005 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>21 - Caso negativo, por quê? 2101 <input type="checkbox"/> equipamentos ultrapassados 2102 <input type="checkbox"/> apresentam problemas 2103 <input type="checkbox"/> são de difícil manuseio 2104 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>22 - Como você avalia o atendimento por parte da empresa? 2201 <input type="checkbox"/> cortez e personalizado 2202 <input type="checkbox"/> frio 2203 <input type="checkbox"/> impessoal 2204 <input type="checkbox"/> lento 2205 <input type="checkbox"/> duvidoso 2206 <input checked="" type="checkbox"/> eficiente 2207 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>23 - Qual a atitude da empresa com relação às suas reclamações e sugestões? 2301 <input checked="" type="checkbox"/> atencioso 2304 <input type="checkbox"/> registra o fato 2302 <input type="checkbox"/> dá retorno 2305 <input type="checkbox"/> é imparcial 2303 <input type="checkbox"/> não dá retorno 2306 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>24 - Você já participou da pesquisa sobre o nosso atendimento? 2401 <input checked="" type="checkbox"/> sim 2402 <input type="checkbox"/> não</p> <p>25 - Em caso positivo, qual a periodicidade? 2501 <input type="checkbox"/> constantemente 2502 <input type="checkbox"/> raramente 2503 <input checked="" type="checkbox"/> somente 1 vez 2504 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>26 - Qual seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento? 2601 <input checked="" type="checkbox"/> bom 2602 <input type="checkbox"/> regular 2603 <input type="checkbox"/> ruim 2604 <input type="checkbox"/> ótimo 2605 <input type="checkbox"/> outros _____</p>
--	--

27 - Qual o perfil de um atendente?

- 2701 que detenha poder de
 2702 decisão
 2703 atencioso
 2704 bem informado
- 2705 simpático
 2706 bem humorado
 2707 qualificação
 2708 outros

28 - Um bom funcionário faz-se através de:

- 2801 treinamentos constantes
 2802 bom humor
 2803 experiência no cargo ou função que desempenha
 2804 boa remuneração
 2805 qualificação profissional
 2806 outros

29 - Qual contato é estabelecido entre você e o funcionário após o atendimento prestado?

- 2901 telefonema certificando a qualidade do mesmo
 2902 cartão com número de telefone
 2903 um agradecimento
 2904 relacionamento de amizade
 2905 nenhum contato
 2906 outros

30 - Como você avalia o atendimento com a utilização de novas tecnologias?

- 3001 satisfatório
 3002 complicado
- 3003 excelente
 3004 precisa melhorar

31 - Os funcionários da empresa são prestativos?

- 3101 sim
 3102 às vezes
- 3103 não

32 - Você já se sentiu discriminado ao ser atendido?

- 3201 sim
 3202 não

33 - Caso positivo, especifique por quem.

- 3301 gerente
 3302 atendente
 3303 funcionários
- 3304 supervisor
 3305 outros

34 - Após atendimento indevido, você reivindicou seus direitos?

- 3401 sim
 3402 não

35 - Caso positivo, responda: A solução tomada foi:

- 3501 ao seu favor
 3502 a favor da empresa
 3503 bom para ambas as partes
- 3504 ainda não foi resolvida
 3505 outros

36 - A empresa demonstra preocupação com sua satisfação em relação a produtos e serviços prestados?

- 3601 sim
 3602 não

37 - Você já recebeu ou recebe atendimento diferenciado?

- 3701 sim
 3702 não

38 - A empresa lhe comunica quando há lançamento de novos produtos ou serviços prestados?

- 3801 sim
 3802 às vezes
- 3803 não

39 - Você confia nos canais de atendimentos alternativo oferecidos pela empresa?

- 3901 sim
 3902 não

40 - O ambiente físico da empresa é:

- 4001 caloroso
 4002 agradável
- 4003 muito frio
 4004 outros

41 - Você recebe orientação de como se deve utilizar produtos ou serviços da empresa?

- 4101 sim
 4102 às vezes
- 4103 não

42 - A empresa dá as informações que você necessita dos produtos e serviços?

- 4201 sim
 4202 às vezes
- 4203 não

43 - Os funcionários da empresa são qualificados?

- 4301 sim
 4302 o suficiente
- 4303 não

44 - Na sua opinião, cliente satisfeito é cliente fiel?

- 4401 sim
 4402 não

45 - Você é fiel a esta empresa?

- 4501 sim
 4502 não

46 - Caso positivo, por que?

- 4601 bom atendimento
 4602 qualidade nos produtos e serviços
 4603 tecnologia avançada
 4604 comodidade
 4605 credibilidade
 4606 preços acessíveis
 4607 outros

47 - Caso negativo, por que?

- 4701 preços altos
 4702 demora no atendimento
 4703 recursos tecnológicos ultrapassados
 4704 empresa muito burocrática
 4705 credibilidade duvidosa
 4706 mau atendimento
 4707 outros

48 - Quanto ao atendimento que lhe é dispensado você está?

- 4801 satisfeito
 4802 muito satisfeito
 4803 insatisfeito
 4804 muito insatisfeito

49 - Relacione o atendimento desta empresa com outras empresas.

- 4901 excelente
 4902 regular
 4903 péssimo
- 4904 bom atendimento
 4905 ruim
 4906 outros

50 - Recomenda a empresa à outras pessoas?

- 5001 sim
 5002 não

51 - Você gostaria que houvesse mais empresas nesta cidade?

- 5101 sim
 5102 não

52 - Caso afirmativo, por que?

- 5201 aumentar a concorrência
 5202 baixar os preços
 5203 tirar a tranquilidade
 5204 dar mais opções
 5205 arrecadar mais impostos
 5206 oferecer mais empregos
 5207 outros

53 - Caso negativo, por que?

- 5301 já tem suficientes
 5302 atraí marginais
 5303 tira tranquilidade
 5304 não traz progresso
 5305 compromete o meio ambiente
 5306 outros

54 - Qual o ramo comercial mais escasso no seu município?

- 5401 supermercado
 5402 postos combustíveis
 5403 farmácias
 5404 auto peças
 5405 floricultura
 5406 atacado
 5407 varejo
 5408 outros

55 - Qual o setor de prestação de serviços mais deficiente?

- 5501 bancário
 5502 hoteleiro
 5503 gráfico
 5504 mecânico
- 5505 hospitalar
 5506 de cobranças
 5507 dentário
 5508 outros

56 - Do que você mais gosta na empresa?

- 5601 das promoções
 5602 do atendimento
 5603 dos produtos
 5604 dos serviços
 5605 da qualidade
 5606 dos preços
 5607 outros

57 - Você sentiu-se importante ao participar desta pesquisa para cooperar com os estudantes do Curso de Administração de Negócios?

- 5701 sim
 5702 não

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SÃO JOÃO DOS PATOS-MA.
QUESTIONÁRIOS PARA CLIENTES *do AF.*

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e conseqüentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios.

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 Até 20 anos 0204 De 41 a 50 anos
 0202 De 21 a 30 anos 0205 Acima de 50 anos
 0203 De 31 a 40 anos

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

04 - Grau de instrução:
 0401 1º grau incompleto
 0402 1º grau completo
 0403 2º grau incompleto
 0404 2º grau completo
 0405 3º grau incompleto
 0406 3º grau completo

05 - Você se considera um cliente exigente?
 0501 sim 0502 não

06 - Se afirmativo, por qual fator?
 0601 qualidade 0604 produtos
 0602 bom atendimento 0605 outros _____
 0603 bom serviço

07 - A empresa que lhe presta serviços tem:
 0701 bons produtos
 0702 entrega no prazo
 0703 serviços eficientes
 0704 qualidade no atendimento
 0705 outros _____

08 - Com que frequência você utiliza serviços dessa empresa?
 0801 anual 0804 semestral
 0802 bimestral 0805 trimestral
 0803 mensal 0806 outros _____

09 - A certificação de qualidade é fator determinante para você na hora da compra?
 0901 sim 0902 não

10 - Você procura obter informações sobre a qualidade dos produtos e serviços antes de utilizá-los?
 1001 sim 1003 não
 1002 às vezes

11 - Enumere pela ordem de sua preferência os fatores que contribuem decisivamente a empresa que executará seus serviços:
 1101 atendimento
 1102 qualidade
 1103 preços
 1104 prazos de entrega
 1105 outros _____

12 - Quais os aspectos que você costuma usar no momento da escolha do produto?
 1201 qualidade
 1202 aceitação do mercado
 1203 tipos de serviços e produtos
 1204 preços
 1205 não utiliza nenhum critério
 1206 outros _____

13 - Você é fiel à empresa que lhe oferece melhores condições de qualidade?
 1301 sim
 1302 não

14 - Se afirmativo, quais os fatores dessa fidelidade?
 1401 atendimento flexibilizado 1403 serviços de qualidade
 1402 confiança nos produtos 1404 outros _____

15 - Suas sugestões, críticas ou reclamações são aceitas pela empresa?
 1501 sim 1503 não
 1502 às vezes

16 - Em relação a novos produtos e serviços, a empresa presta alguma informação pra você?
 1601 em qualquer situação
 1602 no momento da compra
 1603 não presta nenhuma informação
 1604 procura informação por conta própria

17 - De que forma você é lembrado pela empresa?
 1701 na data do seu aniversário
 1702 lançamento de promoções
 1703 lançamento de novos produtos
 1704 outros _____

18 - Onde você obteve informações sobre a empresa?
 1801 anúncios de jornais e revistas 1803 outdoor
 1802 anúncios de rádio e tv 1804 amigos
 1805 outros _____

19 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento da aquisição dos produtos e serviços?
 1901 sim 1903 não
 1902 às vezes

20 - Caso afirmativo, por quê?
 2001 dinamiza o atendimento
 2002 dispensa intermediário
 2003 maior comodidade
 2004 agilidade no atendimento
 2005 outros _____

21 - Caso negativo, por quê?
 2101 equipamentos ultrapassados
 2102 apresentam problemas
 2103 são de difícil manuseio
 2104 outros _____

22 - Como você avalia o atendimento por parte da empresa?
 2201 cortez e personalizado
 2202 frio
 2203 impessoal
 2204 lento
 2205 duvidoso
 2206 eficiente
 2207 outros _____

23 - Qual a atitude da empresa com relação às suas reclamações e sugestões?
 2301 atencioso 2304 registra o fato
 2302 dá retorno 2305 é imparcial
 2303 não dá retorno 2306 outros _____

24 - Você já participou da pesquisa sobre o nosso atendimento?
 2401 sim
 2402 não

25 - Em caso positivo, qual a periodicidade?
 2501 constantemente
 2502 raramente
 2503 somente 1 vez
 2504 outros _____

26 - Qual seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento?
 2601 bom
 2602 regular
 2603 ruim
 2604 ótimo
 2605 outros _____

27 - Qual o perfil de um atendente?
2701 que detenha poder de
2702 decisão
2703 atencioso
2704 bem informado
2705 simpático
2706 bem humorado
2707 qualificação
2708 outros

28 - Um bom funcionário faz-se através de:
2801 treinamentos constantes
2802 bom humor
2803 experiência no cargo ou função que desempenha
2804 boa remuneração
2805 qualificação profissional
2806 outros

29 - Qual contato é estabelecido entre você e o funcionário após o atendimento prestado?
2901 telefonema certificando a qualidade do mesmo
2902 cartão com número de telefone
2903 um agradecimento
2904 relacionamento de amizade
2905 nenhum contato
2906 outros

30 - Como você avalia o atendimento com a utilização de novas tecnologias?
3001 satisfatório
3002 complicado
3003 excelente
3004 precisa melhorar

31 - Os funcionários da empresa são prestativos?
3101 sim
3102 às vezes
3103 não

32 - Você já se sentiu discriminado ao ser atendido?
3201 sim
3202 não

33 - Caso positivo, especifique por quem.
3301 gerente
3302 atendente
3303 funcionários
3304 supervisor
3305 outros

34 - Após atendimento indevido, você reivindicou seus direitos?
3401 sim
3402 não

35 - Caso positivo, responda: A solução tomada foi:
3501 ao seu favor
3502 a favor da empresa
3503 bom para ambas as partes
3504 ainda não foi resolvida
3505 outros

36 - A empresa demonstra preocupação com sua satisfação em relação a produtos e serviços prestados?
3601 sim
3602 não

37 - Você já recebeu ou recebe atendimento diferenciado?
3701 sim
3702 não

38 - A empresa lhe comunica quando há lançamento de novos produtos ou serviços prestados?
3801 sim
3802 às vezes
3803 não

39 - Você confia nos canais de atendimentos alternativo oferecidos pela empresa?
3901 sim
3902 não

40 - O ambiente físico da empresa é:
4001 caloroso
4002 agradável
4003 muito frio
4004 outros

41 - Você recebe orientação de como se deve utilizar produtos ou serviços da empresa?
4101 sim
4102 às vezes
4103 não

42 - A empresa dá as informações que você necessita dos produtos e serviços?
4201 sim
4202 às vezes
4203 não

43 - Os funcionários da empresa são qualificados?
4301 sim
4302 o suficiente
4303 não

44 - Na sua opinião, cliente satisfeito é cliente fiel?
4401 sim
4402 não

45 - Você é fiel a esta empresa?
4501 sim
4502 não

46 - Caso positivo, por que?
4601 bom atendimento
4602 qualidade nos produtos e serviços
4603 tecnologia avançada
4604 comodidade
4605 credibilidade
4606 preços acessíveis
4607 outros

47 - Caso negativo, por que?
4701 preços altos
4702 demora no atendimento
4703 recursos tecnológicos ultrapassados
4704 empresa muito burocrática
4705 credibilidade duvidosa
4706 mau atendimento
4707 outros

48 - Quanto ao atendimento que lhe é dispensado você está?
4801 satisfeito
4802 muito satisfeito
4803 insatisfeito
4804 muito insatisfeito

49 - Relacione o atendimento desta empresa com outras empresas.
4901 excelente
4902 regular
4903 péssimo
4904 bom atendimento
4905 ruim
4906 outros

50 - Recomenda a empresa à outras pessoas?
5001 sim
5002 não

51 - Você gostaria que houvesse mais empresas nesta cidade?
5101 sim
5102 não

52 - Caso afirmativo, por quê?
5201 aumentar a concorrência
5202 baixar os preços
5203 tirar a tranquilidade
5204 dar mais opções
5205 arrecadar mais impostos
5206 oferecer mais empregos
5207 outros

53 - Caso negativo, por que?
5301 já tem suficientes
5302 atraí marginais
5303 tira tranquilidade
5304 não traz progresso
5305 compromete o meio ambiente
5306 outros

54 - Qual o ramo comercial mais escasso no seu município?
5401 supermercado
5402 postos combustíveis
5403 farmácias
5404 auto peças
5405 floricultura
5406 atacado
5407 varejo
5408 outros

55 - Qual o setor de prestação de serviços mais deficiente?
5501 bancário
5502 hoteleiro
5503 gráfico
5504 mecânico
5505 hospitalar
5506 de cobranças
5507 dentário
5508 outros

56 - Do que você mais gosta na empresa?
5601 das promoções
5602 do atendimento
5603 dos produtos
5604 dos serviços
5605 da qualidade
5606 dos preços
5607 outros

57 - Você sentiu-se importante ao participar desta pesquisa para cooperar com os estudantes do Curso de Administração de Negócios?
5701 sim
5702 não

A CONCORRÊNCIA EMPRESARIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SÃO JOÃO DOS PATOS-MA.
QUESTIONÁRIOS PARA CLIENTES *do C.V.*

Este questionário foi desenvolvido por alunos da Universidade Estadual do Maranhão. Que tem como o objetivo demonstrar a importância da concorrência dentro das pequenas e médias empresas visando a liderança e conseqüentemente sua repercussão no nível de motivação dos funcionários, para a elaboração do nosso Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Negócios.

Contamos com sua colaboração para o preenchimento deste questionário, pedimos encarecidamente, devolva-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"/> 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</p> <p>0402 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 3º grau completo</p> <p>05 - Você se considera um cliente exigente?</p> <p>0501 <input checked="" type="checkbox"/> sim 0502 <input type="checkbox"/> não</p> <p>06 - Se afirmativo, por qual fator?</p> <p>0601 <input checked="" type="checkbox"/> qualidade 0604 <input type="checkbox"/> produtos</p> <p>0602 <input type="checkbox"/> bom atendimento 0605 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>0603 <input type="checkbox"/> bom serviço</p> <p>07 - A empresa que lhe presta serviços tem:</p> <p>0701 <input checked="" type="checkbox"/> bons produtos</p> <p>0702 <input type="checkbox"/> entrega no prazo</p> <p>0703 <input type="checkbox"/> serviços eficientes</p> <p>0704 <input type="checkbox"/> qualidade no atendimento</p> <p>0705 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>08 - Com que frequência você utiliza serviços dessa empresa?</p> <p>0801 <input type="checkbox"/> anual 0804 <input type="checkbox"/> semestral</p> <p>0802 <input type="checkbox"/> bimestral 0805 <input type="checkbox"/> trimestral</p> <p>0803 <input type="checkbox"/> mensal 0806 <input checked="" type="checkbox"/> outros _____</p> <p>09 - A certificação de qualidade é fator determinante para você na hora da compra?</p> <p>0901 <input checked="" type="checkbox"/> sim 0902 <input type="checkbox"/> não</p> <p>10 - Você procura obter informações sobre a qualidade dos produtos e serviços antes de utilizá-los?</p> <p>1001 <input checked="" type="checkbox"/> sim 1003 <input type="checkbox"/> não</p> <p>1002 <input type="checkbox"/> às vezes</p> <p>11 - Enumere pela ordem de sua preferência os fatores que contribuem decisivamente a empresa que executará seus serviços:</p> <p>1101 <input type="checkbox"/> atendimento</p> <p>1102 <input checked="" type="checkbox"/> qualidade</p> <p>1103 <input type="checkbox"/> preços</p> <p>1104 <input type="checkbox"/> prazos de entrega</p> <p>1105 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>12 - Quais os aspectos que você costuma usar no momento da escolha do produto?</p> <p>1201 <input checked="" type="checkbox"/> qualidade</p> <p>1202 <input type="checkbox"/> aceitação do mercado</p> <p>1203 <input type="checkbox"/> tipos de serviços e produtos</p> <p>1204 <input type="checkbox"/> preços</p> <p>1205 <input type="checkbox"/> não utiliza nenhum critério</p> <p>1206 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>13 - Você é fiel à empresa que lhe oferece melhores condições de qualidade?</p> <p>1301 <input checked="" type="checkbox"/> sim</p> <p>1302 <input type="checkbox"/> não</p> <p>14 - Se afirmativo, quais os fatores dessa fidelidade?</p> <p>1401 <input type="checkbox"/> atendimento flexibilizado 1403 <input type="checkbox"/> serviços de qualidade</p> <p>1402 <input checked="" type="checkbox"/> confiança nos produtos 1404 <input type="checkbox"/> outros _____</p>	<p>15 - Suas sugestões, críticas ou reclamações são aceitas pela empresa?</p> <p>1501 <input checked="" type="checkbox"/> sim 1503 <input type="checkbox"/> não</p> <p>1502 <input type="checkbox"/> às vezes</p> <p>16 - Em relação a novos produtos e serviços, a empresa presta alguma informação pra você?</p> <p>1601 <input checked="" type="checkbox"/> em qualquer situação</p> <p>1602 <input type="checkbox"/> no momento da compra</p> <p>1603 <input type="checkbox"/> não presta nenhuma informação</p> <p>1604 <input type="checkbox"/> procura informação por conta própria</p> <p>17 - De que forma você é lembrado pela empresa?</p> <p>1701 <input type="checkbox"/> na data do seu aniversário</p> <p>1702 <input type="checkbox"/> lançamento de promoções</p> <p>1703 <input type="checkbox"/> lançamento de novos produtos</p> <p>1704 <input checked="" type="checkbox"/> outros _____</p> <p>18 - Onde você obteve informações sobre a empresa?</p> <p>1801 <input type="checkbox"/> anúncios de jornais e revistas 1803 <input type="checkbox"/> outdoor</p> <p>1802 <input type="checkbox"/> anúncios de rádio e tv 1804 <input checked="" type="checkbox"/> amigos</p> <p>1805 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>19 - A utilização de recursos tecnológicos tem facilitado no momento da aquisição dos produtos e serviços?</p> <p>1901 <input checked="" type="checkbox"/> sim 1903 <input type="checkbox"/> não</p> <p>1902 <input type="checkbox"/> às vezes</p> <p>20 - Caso afirmativo, por quê?</p> <p>2001 <input type="checkbox"/> dinamiza o atendimento</p> <p>2002 <input type="checkbox"/> dispensa intermediário</p> <p>2003 <input checked="" type="checkbox"/> maior comodidade</p> <p>2004 <input type="checkbox"/> agilidade no atendimento</p> <p>2005 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>21 - Caso negativo, por quê?</p> <p>2101 <input type="checkbox"/> equipamentos ultrapassados</p> <p>2102 <input type="checkbox"/> apresentam problemas</p> <p>2103 <input type="checkbox"/> são de difícil manuseio</p> <p>2104 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>22 - Como você avalia o atendimento por parte da empresa?</p> <p>2201 <input type="checkbox"/> cortez e personalizado</p> <p>2202 <input type="checkbox"/> frio</p> <p>2203 <input type="checkbox"/> impessoal</p> <p>2204 <input type="checkbox"/> lento</p> <p>2205 <input type="checkbox"/> duvidoso</p> <p>2206 <input checked="" type="checkbox"/> eficiente</p> <p>2207 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>23 - Qual a atitude da empresa com relação às suas reclamações e sugestões?</p> <p>2301 <input checked="" type="checkbox"/> atencioso 2304 <input type="checkbox"/> registra o fato</p> <p>2302 <input type="checkbox"/> dá retorno 2305 <input type="checkbox"/> é imparcial</p> <p>2303 <input type="checkbox"/> não dá retorno 2306 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>24 - Você já participou da pesquisa sobre o nosso atendimento?</p> <p>2401 <input checked="" type="checkbox"/> sim</p> <p>2402 <input type="checkbox"/> não</p> <p>25 - Em caso positivo, qual a periodicidade?</p> <p>2501 <input type="checkbox"/> constantemente</p> <p>2502 <input type="checkbox"/> raramente</p> <p>2503 <input checked="" type="checkbox"/> somente 1 vez</p> <p>2504 <input type="checkbox"/> outros _____</p> <p>26 - Qual seu grau de satisfação em relação ao nosso atendimento?</p> <p>2601 <input checked="" type="checkbox"/> bom</p> <p>2602 <input type="checkbox"/> regular</p> <p>2603 <input type="checkbox"/> ruim</p> <p>2604 <input type="checkbox"/> ótimo</p> <p>2605 <input type="checkbox"/> outros _____</p>
---	--

27 - Qual o perfil de um atendente?

- 2701 que detenha poder de
 2702 decisão
 2703 atencioso
 2704 bem informado
- 2705 simpático
 2706 bem humorado
 2707 qualificação
 2708 outros

28 - Um bom funcionário faz-se através de:

- 2801 treinamentos constantes
 2802 bom humor
 2803 experiência no cargo ou função que desempenha
 2804 boa remuneração
 2805 qualificação profissional
 2806 outros

29 - Qual contato é estabelecido entre você e o funcionário após o atendimento prestado?

- 2901 telefonema certificando a qualidade do mesmo
 2902 cartão com número de telefone
 2903 um agradecimento
 2904 relacionamento de amizade
 2905 nenhum contato
 2906 outros

30 - Como você avalia o atendimento com a utilização de novas tecnologias?

- 3001 satisfatório
 3002 complicado
- 3003 excelente
 3004 precisa melhorar

31 - Os funcionários da empresa são prestativos?

- 3101 sim
 3102 às vezes
- 3103 não

32 - Você já se sentiu discriminado ao ser atendido?

- 3201 sim
 3202 não

33 - Caso positivo, especifique por quem.

- 3301 gerente
 3302 atendente
 3303 funcionários
- 3304 supervisor
 3305 outros

34 - Após atendimento indevido, você reivindicou seus direitos?

- 3401 sim
 3402 não

35 - Caso positivo, responda: A solução tomada foi:

- 3501 ao seu favor
 3502 a favor da empresa
 3503 bom para ambas as partes
- 3504 ainda não foi resolvida
 3505 outros

36 - A empresa demonstra preocupação com sua satisfação em relação a produtos e serviços prestados?

- 3601 sim
 3602 não

37 - Você já recebeu ou recebe atendimento diferenciado?

- 3701 sim
 3702 não

38 - A empresa lhe comunica quando há lançamento de novos produtos ou serviços prestados?

- 3801 sim
 3802 às vezes
- 3803 não

39 - Você confia nos canais de atendimentos alternativo oferecidos pela empresa?

- 3901 sim
 3902 não

40 - O ambiente físico da empresa é:

- 4001 caloroso
 4002 agradável
- 4003 muito frio
 4004 outros

41 - Você recebe orientação de como se deve utilizar produtos ou serviços da empresa?

- 4101 sim
 4102 às vezes
- 4103 não

42 - A empresa dá as informações que você necessita dos produtos e serviços?

- 4201 sim
 4202 às vezes
- 4203 não

43 - Os funcionários da empresa são qualificados?

- 4301 sim
 4302 o suficiente
- 4303 não

44 - Na sua opinião, cliente satisfeito é cliente fiel?

- 4401 sim
 4402 não

45 - Você é fiel a esta empresa?

- 4501 sim
 4502 não

46 - Caso positivo, por que?

- 4601 bom atendimento
 4602 qualidade nos produtos e serviços
 4603 tecnologia avançada
 4604 comodidade
 4605 credibilidade
 4606 preços acessíveis
 4607 outros

47 - Caso negativo, por que?

- 4701 preços altos
 4702 demora no atendimento
 4703 recursos tecnológicos ultrapassados
 4704 empresa muito burocrática
 4705 credibilidade duvidosa
 4706 mau atendimento
 4707 outros

48 - Quanto ao atendimento que lhe é dispensado você está?

- 4801 satisfeito
 4802 muito satisfeito
 4803 insatisfeito
 4804 muito insatisfeito

49 - Relacione o atendimento desta empresa com outras empresas.

- 4901 excelente
 4902 regular
 4903 péssimo
- 4904 bom atendimento
 4905 ruim
 4906 outros

50 - Recomenda a empresa à outras pessoas?

- 5001 sim
 5002 não

51 - Você gostaria que houvesse mais empresas nesta cidade?

- 5101 sim
 5102 não

52 - Caso afirmativo, por quê?

- 5201 aumentar a concorrência
 5202 baixar os preços
 5203 tirar a tranquilidade
 5204 dar mais opções
 5205 arrecadar mais impostos
 5206 oferecer mais empregos
 5207 outros

53 - Caso negativo, por que?

- 5301 já tem suficientes
 5302 atrai marginais
 5303 tira tranquilidade
 5304 não traz progresso
 5305 compromete o meio ambiente
 5306 outros

54 - Qual o ramo comercial mais escasso no seu município?

- 5401 supermercado
 5402 postos combustíveis
 5403 farmácias
 5404 auto peças
 5405 floricultura
 5406 atacado
 5407 varejo
 5408 outros

55 - Qual o setor de prestação de serviços mais deficiente?

- 5501 bancário
 5502 hoteleiro
 5503 gráfico
 5504 mecânico
- 5505 hospitalar
 5506 de cobranças
 5507 dentário
 5508 outros

56 - Do que você mais gosta na empresa?

- 5601 das promoções
 5602 do atendimento
 5603 dos produtos
 5604 dos serviços
 5605 da qualidade
 5606 dos preços
 5607 outros

57 - Você sentiu-se importante ao participar desta pesquisa para cooperar com os estudantes do Curso de Administração de Negócios?

- 5701 sim
 5702 não

BIBLIOGRAFIA

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. Ed. 4º, local: São Paulo. Editora Makrom Books, 1993. p. 920.

ZIGARMI, Patrícia. **Introdução à teoria geral da administração**. Ed. 12º, local: Rio de Janeiro. Editora Record, 1999. p. 114.

SILVEIRA, Mauro. **Conversa Fiada. Você S.A.**, local: Rio de Janeiro. n° 29, p. 48-52, novembro/ 2000.

GONÇALVES, José Pedro. **Atividades e Processos da Dinâmica Empresarial**. www.Decisionmaster.net 21/junho/2002.

Instituto Universal Brasileiro

Gonçalves, 2002, p 1 e 2

Zigarmi, Patrícia. Introdução... 1999 p.17.

Blanchard, Ken. **O coração de um líder**. Ed. 1ª, local: Campina SP. Editora United Press, 1998, p.11.

Blanchard, Ken. **O coração de um líder**. Ed. 1ª, local: Campina SP. Editora United Press, 1998, p.4.

Filho, Luis Almeida Martins. **Administrar hoje**. Ed. 1ª, local: São Paulo. Editora: Harbra Ltda, 1998, p. 37.